

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Y., & Saputro, E. P. (2026). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse. *Jurnal Economic Resource*, 9(1), 1411-1424.
- Agesti, N., Ridwan, M., & Budiarti, E. (2021). The Effect of *Minat beli*, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the *Marketplace* Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8, 496–507. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Alfiqri, M., & Trisnawati, T. (2024). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel Mediasi *Minat beli* pada Produk Mixue di Pontianak. *Obis*. <https://doi.org/10.63848/obis.v06n2.5>
- Ali, B., & Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*. <https://doi.org/10.22161/ijreh.5.2.4>
- Amperawati, E. D., Rahmawati, R., Haerofiatna, H., & Rusmawan, T. (2024). Investigating the role of *minat beli*, and brand awareness on purchase decisions: An empirical study in Indonesian online shops. *International Journal of Data and Network Science*. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.2.016>
- Arisandi, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Review Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.65369/1beb9q81>
- Aswar, N. F. (2025). Perilaku konsumen. *Penerbit Tahta Media*.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli KFC Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678-691.
- Becker, J.-M., Cheah, J., Gholamzade, R., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). PLS-SEM's most wanted guidance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/ijchm-04-2022-0474>
- Baendowi, A., & Yuswono, I. (2026). Pengaruh Influencer Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat beli Ebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 15(1), 469-478.
- Benius, B., Raysharie, P. I., Brilianti, A., Sirait, D. S., Lestari, F. P., Laurent, J., Anugrahi, M., Imansyah, M. R., & Lestari, P. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk, Harga, Dan Promosi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.8744>
- Muhammad Ichya Bidluril, M. I. B. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tas kain hajatan (Studi kasus pada UD. Aura Mulia Mojokerto)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT MOJOKERTO).

- Chinnaraju, A. (2025). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in the AI Era: Innovative methodological guide and framework for business research. *Magna Scientia Advanced Research and Reviews*. <https://doi.org/10.30574/msarr.2025.13.2.0048>
- Chrisyana, N., Rahman, A., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan pada Aka Coffee Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2).
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121092. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., ... & Baali, Y. (2023). *Pengantar metodologi penelitian*. Get Press Indonesia.
- Dinanti, M. P., Barkah, C. S., Herawaty, T., & Auliana, L. (2023). Usulan strategi penetapan value-based pricing pada UMKM: Studi pada UMKM Amoiria. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(1), 13–23.
- Fahmi, S. (2023). Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik di Jawa Timur). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 544-558.
- Farih, A., Jauhari, A., & Widodo, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Minat Beli Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Minat beli Sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 41.
- Febriani, & Dewi, A. (2019). Perilaku Konsumen di Era Digital.
- Guenther, P., Guenther, M., Ringle, C., Zaefarian, G., & Cartwright, S. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.03.010>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 123–137. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12653>
- Hawari, A. P., & Harahap, K. (2023). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet Shopeepay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia (JEAMI)*, 2(01), 27-40.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 154–166.
- Imansyah, B., & Pudjoprastyono, H. (2023). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5271>
- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36112>

- Kasanah, I. (2024). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN CICIL EMAS DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH PT PEGADAIAN CABANG MADIUN. *Jurnal Manajerial Bisnis*. <https://doi.org/10.37504/jmb.v8i1.655>
- Kristyaningsih, A., Kurniawan, B., & Prabowo, H. (2024). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Yang Dimediasi Oleh Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(6), 85-90.
- Kusmadeni, D., & Eriyanti, H. (2021). Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Rumput Pangkalbalam Pangkalpinang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*. <https://doi.org/10.31851/jmanivestasi.v3i1.6405>
- Larosa, M., Halawa, E. V. L., Astuti, A. P., Purba, T., & Lilia, W. (2021). *Pengaruh Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Projeksus*. 5, 314–320. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.325>
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79-91.
- Luhglatno, S. E., MM, M. S., Destiana Kumala, S., Prita Prasetya, S. S., Fitri Lukiasuti, S. E., Lustono, S. P., ... & Hardiwinoto, S. E. (2024). *Metode penelitian manajemen*. CV Eureka Media Aksara.
- Maulinda, N. A. & Slamet. (2025). Pengaruh Influencer Marketing dan Minat beli Terhadap Keputusan Pembelian. *Economic Reviews Journal*. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i2.735>
- Mayyasari, A., Aini, Y., & Rachmi, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Minat beli terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Cushion Instaperfect di Yuna Cosmetics. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*. <https://doi.org/10.63822/prkqpf82>
- Najwah, J., & Chasanah, A. (2023). Pengaruh Minat beli, Online Consumer Reviews, Harga, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. *BISECER*. <https://doi.org/10.61689/bisecer.v5i2.343>
- Nifa, A. K. (2023). Pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi kasus pada Toko Sepeda Rodalink Semarang Katamso) [Skripsi Sarjana, Universitas Semarang]. Repository Universitas Semarang. URL <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2020/B.131.20.0187/B.131.20.0187-15-File-Komplit-20231228101637.pdf>
- Nurdiana, F., Setyariningsih, E., & Dwihandoko, T. H. (2025). Kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan dalam mendorong minat beli ulang. *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 302.
- Nur, M., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7102>

- Nurchayani, I., & Soejarminto, Y. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga Produk dan Promosi Penjualan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Cikarang Selatan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.610>
- Pane, H. P., Napitupulu, I., Luthfi, S., & Situmorang, S. H. (2024). Evaluating the Influence of *Minat beli* and Brand Awareness on Purchase Decisions a Study Tiktok Shop. *Formosa Journal of Science and Technology*. <https://doi.org/10.55927/fjst.v3i11.12404>
- Patmarina, H., & Amelia, T. (2025). Dampak kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk avoskin di Kota Bandar Lampung. *Journal of Management and Digital Business*. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i1.1576>
- Permatasari, N. A., & Hidayat, M. S. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berkunjung ke Café (Studi Kasus Café Beli Kopi Jl. Jendral Sudirman Kota Mojokerto). *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 3(04), 710-724.
- Pratiwi, F., Puspita, F., & Saputri, R. (2024). Kajian literatur tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Journals of Indonesian Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.61291/3qc5z735>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Aditya Alamsyah, F., Tonda, F., Kamil Hafidzi, M., ... & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Minat beli dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754-763.
- Pribadi, A., H., & Rindha, K. (2024). Analisis *Minat beli*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*. <https://doi.org/10.62387/hatta.v1i2.42>
- Putri, D. M. H., Soeliha, S., & Sari, R. K. (2025). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Seduh di Besuki dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(6), 1118-1132.
- Puri, L. M., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa Metro tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394-403.
- Purnomo, N. (2023). Analisis Influencer Marketing, *Minat beli* dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. *Probisnis (e-Journal)*. <https://doi.org/10.35671/probisnis.v1i6i2.2394>
- Putra, Y., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>
- Romadoni, T., Halim, H., & Sulaiman, E. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada TWN Second Store Tasikmalaya. *MAMEN: Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i4.4251>
- Rustam, T. A., & Hikmah, H. (2022). Citra merek, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.16110>

- Saraswati, M. A., & Tamonsang, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 113-131.
- Sari, E. N., & Syamsul, M. H. (2023). *Pengaruh Cafe Atmosphere, Experiential Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe House Of Essentials Mojokerto* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit).
- Savitri, C., Faddila, S. P., Irmawartini, I., Iswari, H. R., Anam, C., Syah, S., ... & Siregar, M. T. (2021). Statistik multivariat dalam riset.
- Setiabudhi, H., Suwono, S., Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). Analisis data kuantitatif dengan SmartPLS 4.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, CELEBRITY ENDORSER, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>
- Suliyana, P. M., Soeliha, S., & Sari, R. K. (2025). Pengaruh harga, kualitas produk, dan ketersediaan produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada UD. Sumber Rejeki Kabupaten Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(2), 292-306.
- Susilo, J., Alfiyana, S., & Firmansyah, M. (2023). ANALISIS HARGA, KEPUASAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *JURNAL DIMENSI*. <https://doi.org/10.33373/dms.v12i3.5689>
- Tuasikal, H., Sugiyanto, E., & Faedy, I. (2024). PENGARUH PROMOSI, PENILAIAN PRODUK DAN LAYANAN COD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Cikarang Barat). *JURNAL LENTERA BISNIS*. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1045>
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono, M. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 189–199.
- Wicaksana, A. H., & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh minat beli, influencer marketing dan live streaming shopping terhadap keputusan pembelian pada TikTok Shop di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 69-78
- Widodo, S., Ladyani, F., Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devrianya, A., Hidayat, A., ... & Widya, N. (2023). Buku ajar metode penelitian.
- Wijayani, J., & Ekowati, S. (2025). Pengaruh *Minat beli*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Thrifting di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*. <https://doi.org/10.36085/jems.v6i2.8377>
- Winurma, G., & Hapsari, W. D. (2024). Pengaruh Minat Konsumen dan Harga Produk terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i2.895>

- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. (2023). Pengaruh *Minat beli*, Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA*. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>
- Wulandari, N., Prihatini, A. E., & Farida, N. (2023). Pengaruh Emosi Positif dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37107>
- Zenada, D., & Setiawan, A. (2024). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui E-Commerce. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*. <https://doi.org/10.62387/hatta.v1i2.41>
- Zhao, H., Yao, X., Liu, Z., & Yang, Q. (2021). Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in a Mediating Role. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.720151>