

DAFTAR RUJUKAN

- Ajeng Nisa, & D. N. M. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 184–190.
- Asiah, R. B., & Manap, A. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce Shopee. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 6753–6766. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8653>
- Atala Cindy Fatya, Destifa Umari Ramadhanti, & R. G. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>
- Bungin, B. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee di Kebon Besar Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Perbankan (JEMP)*, 10(3), 12–24.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Daffa Altauriq. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Denny’s. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 83–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76103>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Husein Umar. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. PT GramediaPustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education Inc.
- Maharani, S. R., Cupian, C., & Hartadi, A. P. (2025). Pengaruh sertifikat halal, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan produk makanan home industry. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 71–87.
- Majid, M. N., & Saifuddin, J. A. (2025). Analisis pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap kualitas produk pada PT. Berkah Anugerah Inti Semesta. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 8(1), 378–385. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jutin.v8i1.39835>
- Muhsinin, M. H., & Komara, E. F. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap minat beli ulang laptop Acer di Kota Bandung. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 3(1), 110–121.
- Nazir, M. (2019). *Metode Penelitian*. Remaja Rosdakarya.

- Nahdia Lini. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian: (Studi Kasus Pada Pelanggan Jipang Ibu Binem Di Besani, Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economics, Management, and Business*, 3(2), 23–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/magna.v3i2.7884>
- Oktaviani, D., & Winda, C. (2022). Tinjauan Kebijakan Penetapan Harga Produk pada Konsumen Kantor Pos Bandung (40111). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(3), 2171–2182.
- Piyoh, D. D. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 78–89.
- Praditasetyo & Saputri. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Indonesia. *A Proceedings Of Management*, 8(5).
- Putri, D. A., & Ananda, R. (2022). Pengaruh Harga terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 115–127.
- Ramadhan, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.70451/cakrawala.v1i1.8>
- Ramadhan, A. G., & Wahdiniwaty, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk aplikasi mobile dan harga terhadap kepuasan peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN KIS). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (JIMM)*, 6(2), 81–92.
- Riza Dzikir Akbar. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Solaria. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 54–60.
- Salsabila Nur Azizah, & N. I. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee. *Master Manajemen*, 2(3), 35–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.436>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Seli Febi Saputri. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu). *Jurnal Intelek Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 11–18.
- Siska Aprelyani. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 114–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Siti Samsiyah, S.E., M.M., Nashrudin Latif, S.Sos., M.M., Chindi Dwi Aprilia,

- Arrafi Rahmad Auliansyah, Gita Raditya, Maretha Zukar, & N. T. A. S. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV Mega Press Nusantara.
- Sudiana, M. A., & Fitriana, N. (2024). Kualitas produk, harga, dan citra merek Coca-Cola: Apakah memengaruhi keputusan pembelian? *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(4), 880–894.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sukri, S. A., Prihastuti, A. H., & Miran, I. (2024). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Journal of Tax and Business*, 5(2), 463–472. <https://doi.org/https://doi.org/10.55336/jpb.v5i2.240>
- Ulul Azmi, Efriyani Sumastuti, & Bayu Kurniawan. (2023). Analisis Keputusan Pembelian di Marketplace. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 285–297. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1845>
- Umar, H. (2019). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Yulianto, A., & Prabowo, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Semarang). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 972–982. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1518>
- Yulyana, S., Adelia, R. S., Ishaq, R., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Cordy Store Lampung). *Jurnal Pelita Manajemen*, 2(2), 10–19.
- Zohir, M., Lutfi, L., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening. *Tirtayasa Ekonomika, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 4(2), 11–19.