

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., & Hasiolan, L. B. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal) 1*. 2(2).
- Adi, G. K. H. (2019). Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). In *Universitas Diponegoro*. <http://eprints.undip.ac.id/81034/>
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanafa Publishing.
- Ali, H. (2017). *Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products) 1*. 621–632. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesia Indovisi Institute, 1*(Iii), 83–104.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3*(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Batjo, N. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Aksara Timur.
- Chen, Y., Chen, T., & Lin, C. (2016). *The Analyses of Purchasing Decisions and Brand Loyalty for Smartphone Consumers*. July, 108–116.
- Dwi, A., Hidayat, S., & Wulandari, S. (2019). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 1*(1), 1–7.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifani, A. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. 81–94*.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>

- Handayani, T. (2019). *Buku Ajar Pemasaran Islam*. Deepublish.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>
- Hufron, M. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Oppo Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang)*. 1–11.
- Hustić, I., & Gregurec, I. (2015). *The influence of price on customer ' s purchase decision*. 27–32.
- Iis, N. (2019). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Story-I Mall Alam Sutera*. 3(2), 230–243.
- Kartikasari, M. D., Dimiyati, M., & Sukarno, H. (2018). Pengaruh Green Marketing dan Pengetahuan Terhadap keputusan Pembelian dengan Mediasi minat Membeli konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Jember (The Influence Of Green Marketing And Knowledge On Purchasing Decisions With Of Consumer's Buying Interest Med. *Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 172–177. <https://core.ac.uk/download/pdf/295528909.pdf>
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing. 15th Edition*. Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2016). “*Dasar-Dasar Pemasaran*”. *Alih Bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus, Edisi Kesembilan*. Indeks Gramedia Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016). *No Title Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428–1438.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>

- Lovelock, C. et. al. (2017). *Pemasaran Jasa, Edisi 7, Jilid 2*. Erlangga.
- Lubis, A. A. (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*. 16(02), 1–11.
- Lubis, D. I. D. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. 5(1), 15–24.
- Made, N., & Rani, D. (2020). *Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk MCDonald's*. 5(1), 69–79.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>
- Moehariono. (2017). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Mulyadi, R. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In Media.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nochai, R., & Nochai, T. (2018). *The Influence of Sale Promotion Factors on Purchase Decisions*. 11(1), 130–134.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Nurkhalizah, S., Rochmani, S., & Septimar, Z. M. (2021). Nusantara Hasana Journal. *Nusantara Hasana Journal*, 1(1), 95–101.
- Pasaribu, R. F. A. (2019). *Pengaruh Promosi Dann Harga Terhadap Keputusann Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Medan*. 5, 45–52.
- Rachmawati, I. K. (2020). Collaboration Technology Acceptance Model , Subjective Norms and Personal Innovations on Buying Interest Online. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(11).
- Raharjo, T. W. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM*. Jakad Publishing.
- Ramadoni, W. (2020). Pengaruh Promosi Ovo Terhadap Minat Beli Dan

- Keputusan Pembelian Pada Pengguna Ovo. *Ecopreneur*.12, 3(1).
<https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.673>
- Razak, A. (2018). *Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision*. August. <https://doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Safitri, I. (2018). *The Influence of Product Price on Consumers ' Purchasing Decisions*. 7(2), 328–337.
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(58), 67–74.
- Shamout, M. D. (2016). *The Impact of Promotional Tools on Consumer Buying Behavior in Retail Market*. 7(1), 75–85.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Subastian, D. V., Palupi, D. A. R., Firsya, E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS. Glow. *Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Untag Semarang*, 7(1), 910–917.
<http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/695>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS (Canter for Academic Publishing Service).
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Taklim, R. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 125 Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang)*. 1(1).
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran*. Andi.

Warnadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

Yasmin, A. (2017). *Impact of Brand Image on consumers ' Purchase Decision*. 7(10), 627–644.

Zikrie, S., & Lestira Putri Warganegara, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 (Study Kasus Di Café Marley's). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 373–382. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.41>