

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y. dan Sumarhadi, S. (2023) “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), hal. 74–90. Tersedia pada: <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.3070>.
- Angela dan Raymond (2021) “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Golden City Residence Kota Batam,” *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2).
- Anugrah, T.S.O. (2022) *Pengaruh Lokasi, Brand Image Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fandawa Kebab Kota Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Belvia, S., Suhendry dan Handayani (2023) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Saltxsucre Pontianak,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 10(1), hal. 31–42.
- Cahyadi (2022) “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang,” *EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), hal. 60–73.
- Daniel, D. (2023) *Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, Kepercayaan Konsumen, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Buket Jogja*. Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
- Darmansah, A. dan Yosepha, S.Y. (2020) “Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), hal. 15–30.
- Dominica, D. (2022) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Keputusan Pembelian Secara Online Generasi Milenial Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen di Wilayah Kelurahan Semper Timur)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762-766.
- Evelyn dan Puspa (2019) “Pengaruh Service Marketing Mi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A. Yani Pekanbaru,” *Journal Of Economics, Business and Accounting (COSTING)*, 1(1), hal. 522–530.
- Fiana, E. O., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Mie Gacoan” di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 149.
- Iza, N. (2017) *Kuliner, Kriya dan Fashion, Penyumbang Terbesar Ekonomi Kreatif, Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Tersedia pada: https://www.kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker (Diakses: 1 Maret 2024).
- Kurniawan, M.Z. (2023) “Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z,” *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(1), hal. 151–162. Tersedia pada: <https://doi.org/10.30737/ekonika.v8i1.3636>.
- Larasati, I., Setiadi, A. dan Prasetyo, E. (2024) “Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Buket Bunga di Pasar Bunga Kalisari Semarang,” *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1). Tersedia pada: <https://doi.org/10.25157/ma.v10i1.12776>.
- Liswandany, F., Supriyono, S., & Fitriyah, Z. (2021). Pengaruh lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada dolan kopi surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 71-80.
- Madani, A. (2024) *Pengertian Ekonomi Kreatif: Ciri-Ciri, Jenis, dan Manfaatnya Bagi Negara Indonesia, Disparpora Ngawi*. Tersedia pada: <https://disparpora.ngawikab.go.id/pengertian-ekonomi-kreatif-ciri-ciri-jenis-dan-manfaatnya-bagi-negara-indonesia/> (Diakses: 19 Maret 2024).
- Maltina, A. (2022) *Pengaruh Efikasi Diri Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Kesejahteraan Guru Terhadap Minat Menjadi Guru (Survei pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Tahun Angkatan 2017)*. Universitas Siliwangi.
- Marham, M., Arief, M.Y. dan Soeliha, S. (2023) “Pengaruh Kualitas Produk Dan

Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo,” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), hal. 543. Tersedia pada: <https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3269>.

Maryati dan Khoiri, M. (2022) *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio*.

Maulana, A. (2022) “Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa,” *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), hal. 133–139. Tersedia pada: <https://doi.org/10.51651/jkp.v3i3.331>.

Muhammad, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Toko Cantika Panji Situbondo (Doctoral Dissertation, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo)*.

Muniroh, L. (2020) *Pengaruh Modal, Lama Usaha, Lokasi Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Ketanggungan Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Napitu, R., Sriwiyanti, E. dan Munthe, R.N. (2022) “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Miyukie Florist Pematangsiantar,” *Jurnal Ekonomi Integra*, 12(2), hal. 154–165. Tersedia pada: <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>.

Napitupulu, M.H. dan Supriyono, S. (2022) “Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Di Surabaya,” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), hal. 789–800. Tersedia pada: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>.

Nensiana dan Putra (2023) “Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Neana Florist,” *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1).

Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). *Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1797-1805.

Prasetyo, B. I. (2021). *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Pada Konsumen Cv Subur Jaya Motor Tasikmalaya) (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi)*.

- Purwanto, F. (2021) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Di Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Putri, I., Rosada, I. dan Kurniawan Husain, T. (2022) “Pengaruh Iklan Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Florist (Studi Kasus pada Plaza Bunga di Kota Makassar),” *WIRATANI: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 5(1). Tersedia pada: <http://jurnal.agribisnis.umi.ac.id>.
- Reyvika, A. N. D. (2023). *Pengaruh Promotion Mix terhadap Minat Beli Konsumen Restoran Cepat Saji Burger King Plaza Ambarrukmo* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta).
- Rifa’I, B., Mitariani, N.W.E. dan Imbayani, I.G.A. (2020) “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar,” *Jurnal Values*, 1(4), hal. 71–82.
- Sanaky, M.M. (2021) “Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah,” *Jurnal Simetrik*, 11(1), hal. 432–439. Tersedia pada: <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851-858.
- Satdiah, A., Siska, E. dan Indra, N. (2023) “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De’luent Paint,” *CiDEA Journal*, 2(1), hal. 24–37. Tersedia pada: <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>.
- Senggetang, V., Mandey, S.L. dan Moniharapon, S. (2019) “Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing),” *Jurnal EMBA*, 7(1), hal. 881–890. Tersedia pada: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>.
- Susanti, A., Rismansyah dan Robyardi, E. (2022) “Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Buket Di Kecamatan Seberang Ulu Ii Kota Palembang,” *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 15(3).

- Tabelessy, W. (2021) "Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon," *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), hal. 2745–7257.
- Utami, I. (2023) *Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening: Studi pada Mahasiswa UIN, UB, dan UMM*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Wibowo, A.I. (2021) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Griya Sport Medan*.
- Wierdatul Jannah, F., Karnadi dan Harisandi, Y. (2022) "Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Dalam Menentukan Minat Beli Produk Ms Glow Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Hanaa Beauty Store Situbondo," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(1), hal. 493–507.
- Winasis, C.L.R., Widianti, H.S. dan Hadibrata, B. (2022) "Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), hal. 452–462.
- Wirianson, K., Djali, I. dan Ranita, S.V. (2023) "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Angaksa Perabot," *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer dan Sains*, 1(1), hal. 522–530.
- Yunizar, R., & Aminah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Mayjend Sungkono Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1616-1622.
- Yuliana, S. dan Maskur, A. (2022) "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian," *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), hal. 559–573. Tersedia pada: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>.