

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2024). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(2), 61-70.
- Al Faruq Abdullah, M., Desty Febrian, W., Hikmah Perkasa, D., Endah Retno Wuryandari, N., H. Pangaribuan, Y., & . F. (2023). The Effect of Brand Awareness, Price Perception and Electronic Word of Mouth (E-WOM) Toward Purchase Intention on Instagram. *KnE Social Sciences*, 2023, 689–698. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i12.13716>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>"
- Aliyah, J. & Mardinata, E. (2024). Pengaruh Konten Promosi, Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Shopee terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 10 (2), 942 – 953.
- Alma, Buchari, 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta.
- Amirullah. (2021). *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka. Sidoarjo, hal.90.
- Assauri, Sofjan, 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Beritajatim.com 11 Januari 2017, Rajawali Pers.
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Buchari Alma. 2016, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Cetakan keenam, Bandung:Alfabeta.

- Cahyadi, I.G.N.W., Mitariani, N.W.E., & Imbayani, I.G.A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Air Minum Dalam Kemasan Fotoaqua di Bandung Bali. *Values*, 1 (4), 152 – 159.
- Chusna, F.K.N., Krisdianto, D., & Chanafi, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *JIAGABI*, 14(2), 193-201.
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Menara Ekonomi*, 9(2), 61 – 71.
- Daryanto, N.K, 2011. Manajemen Pemasaran, Bandung, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Erna. 2008, Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fadila dan Ridho. 2013. Perilaku Konsumen. Palembang. Penerbit Citra Books Indonesia. Ferrinadewi,
- Fadlilah, A. H., Dambe, D. N., Cakranegara, P. A., Djohan, D., & Moridu, I. (2023). Literature Review: Diferensiasi Efek Current Ratio dan Profitability Ratio pada Harga Saham Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1105–1118. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.4920>
- Fahmi, S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Daya Tarik Produk terhadap Minat Konsumen untuk Membeli Sepeda Listrik. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 6(1), 92 – 102.
- Febrianza, R. & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada E- Commerce Shopee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Frendy, 2011:53. Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Semarang, FE Universitas Diponegoro, (Gracia, 2023)

- Firmansyah, F. D. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Di Pt. Semen Indonesia Logistik Di Kecamatan Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Fitriani, A. N. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Semen Di PT Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Ghozali, Imam, 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update LS Regresi, Semarang.
- (Gracia, 2023) Daftar Harga Semen Terbaru Oktober 2023 Semua Merek, <https://www.sejasa.com/blog/daftar-harga-semen-terbaru/>
- Hermawan, Agus, 2012. Komunikasi Pemasaran, Jakarta, Erlangga.
- Hutapea, H., & Purwanto, S. (2022, March). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya). In FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN (Vol. 11, No. 2, pp. 168-174).
- Keller, Kevin Lane, 2013, Strategy Brand Management (Building, Measuring and Managing Brand Equity), Fourth Edition, United State: Pearson.
- Kotler, dan Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi dua belas, Jakarta, Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2007. Manajemen Pemasaran, Jakarta, Edisi 12, PT Indeks.
- Lasmidara, Seila, 2015. Penentuan Harga Jual.
- Kotler dan Keller, 2007. Manajemen Pemasaran, Jakarta, Edisi 12, PT Indeks. Lasmidara,
- Kotler dan Keller, 2021. Intisari Manajemen Pemasaran, Yogyakarta, Edisi 6, ANDI.
- Kotler, Philip and Gray Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gray Armstrong. 2009. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. Marketing Jilid 2. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip And Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Principle of Marketing. New Jersey: Pearson prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc. Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Mamoto, J., & Gunawan, E. M. (2023). the Influence of Electronic Word of Mouth (E-Wom) and Brand Trust on Online Purchase Decisions of Skincare Products in Lazada. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1218–1230. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46030>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Marlius, D., & Putra, M. R. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Pada PT. Sumber Niaga Interindo (Distributor). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1085-1104.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Nurniati, N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). (18). Word of mouth and Influencer Marketing strategy on Purchase Decision of Skincare Products in E-Commerce. *IJEDR : International Journal of Economics Development Research*, 4(1), 207–221.
- Pertiwi, M.D., Nurlenawati, N., & Anggela, F.P. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Skincare di Tiktokshop ( Survei pada Karyawan PT Chang Shin Indonesia). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 4(5), 886-895.
- Purnamasari, W., Rohmatiah, A., & Indartini, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Semen Gresik Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Distributor PT Abadi Putera Wirajaya). *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 10(1), 40-50.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Putri, R. A., & Marginingsih, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan di Yoehan Busana Cabang Citayam. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 280-290.
- Sari, N.K.Y.P., Pantiyasa, I. W., & Suwintari, I.G.A.E. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minatv beli Konsumen di Mercure Bali Legian. *PARIS : Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 2(2), 569 – 581.  
<https://doi.org/10.22334/paris.v2i2>
- Sari, R. & Jelita, D.T. (2024). Analisis Dampak Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Kazana Kosmetik di Medan Perjuangan. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*, 1(3), 183 – 191.
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D’sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Seila, 2015. Penentuan Harga Jual.

- Selviyani, S.H., & Zurida, L. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengunjung Pusat Oleh Oleh Adrem Khas Sanden Bantul. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3(4), 1233-1255. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i4.852>
- Sihombing, M.A.T., & Ekasari, J.N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Merk Terhadap Minat Pembelian Mobil Merk Wuling di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(3), 149 – 162.
- Sugiyono, 2010, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B, Cetakan Ke-15, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2012, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B, Cetakan Ke-16, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2013, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B, Cetakan Ke-17, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B, Cetakan Ke-19, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2015, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B, Cetakan Ke-20, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2022, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B, Cetakan Ke-29, Alfabeta, Bandung
- Suparyanto, R. W., & Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran. Surabaya: In Media.
- Susilowati, I. H., & Tukiran, M. (2024). The Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) Research: A Scope of Literature Review. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 5(2), 1–10. <https://www.ijosmas.org>
- Suparyanto dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor: In Media.
- Swastha Basu dan Handoko, 2012. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta, BPF.
- Syafrianita, N., Asnawi, M., & Firah, A. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syabani Di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31 – 40.

Syahputra, I., Ginting, P., & Nurbaity Lubis, A. N. (2023). The Influence of E-WOM and Perception of Price on Purchase Intention with Brand Image as an Intervening Variable in Kahf Care Products. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 3(3), 983–988.

Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, Andi: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.

Widiastini, K.R., & Nopiyani, P.E. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan *Call To Action* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD Aksara Singaraja di Baktiseraga.