

DAFTAR PUSTAKA

Arnisadhea, D. A., Budiatmo, A., & Pradhanawati, A. (2024) PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADANAAGREEN NATURAL SKIN CARE BANYUMANIK SEMARANG, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, (13)4, 835-846, <https://doi.org/10.14710/jiab.2024.43680>

Putri, S. Y., Meria, L., & Pranata, S. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli., *Technomedia Journal*, 8(1SP), 92–107, <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1SP.2070>

Aminudin , Mamik Indaryani, Sutono (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Inovasi Produk Kemasan Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen pada Sentra Souvenir di Desa Mulyoharjo Jepara. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)* Vol.1 , No.5, 2022 : 1221-1232

Anggie Christian Nur Ahcmady, & Nuruni Ika Wardhani (2022). Citra Merek, Inovasi Produk pada Minat Beli Ulang Es Krim di Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 5(2) November 2022: 1118 -1125

Yulia Utami , Pria Muslim Rasmanna , Khairunnisa (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *SAINTEK (Jurnal Sains dan Teknologi)*, 4(2), 21-24

Liu, Y., & Lee, J. (2020). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(1), 320-338

MacKinnon, D. P., Fairchild, A. J., & Fritz, M. S. (2019). "Mediation analysis." *Annual Review of Psychology*, 58, 593-614.

Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E., (2020) PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN PENGGUNAAN SISTEM AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM, *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 1(2), 204-220

Vicramaditya, M. D., (2021) Pengaruh kualitas layanan elektronik, kualitas informasi dan persepsi nilai terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan ojek online, *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325-341

Ernawati, D., (2019), PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG, *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17-31

Sari, N., Marta, R. F., Angreani, N., Harry, Perkasa, M. I. A., (2021), Menakar loyalitas konsumen berdasarkan persepsi nilai dan kepercayaan merek geprek benu, *Soetomo Communication and Humanities*, 2(2), 75-85

Maryana, S., Permatasari, B., (2021), PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, *Jurnal TECHNOBIZ*, 4(2), 62-69

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwitjoko, F., (2022), PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN), *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727

Darmawan, D., Arifin, S., & Purwanto, F., (2020), STUDI TENTANG PERSEPSI NILAI, KEPUASAN DAN RETENSI PELANGGAN KAPAL PENYEBERANGAN UJUNG –KAMAL, *Jurnal Baruna Horizon*, 3(1), 198-209

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M., (2023), Literature Review : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(1), 183-188

Adha, S., (2022) FAKTOR REVOLUSI PERILAKU KONSUMEN ERA DIGITAL: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR, *JIPIS*, Volume 31 No. 2, 134-148

Putri, Y. S., Meria, L., & Amroni, (2023), Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi Oleh Minat Beli, *Technomedia Journal (TMJ)*, Vol. 8 No. 1, 92-107

Hidayatullah, F. M., Wadud, M., & Roswaty, (2020), Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang), *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol. 1 No. 2, 19-31

Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *VALUES*, 2(2).

Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, A. L., (2020) PENGARUH KONTEN PEMASARAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN, JMPIS, Volume 1 Issue 2, 506-515.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.

A. Darmawan, and B. Prabawani, (2020), PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN CICIL.CO.ID DI KOTA SEMARANG), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 96-105. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27223>

Ariasa, M., Rachma, N., & Priyono, A. A., (2020), Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang), *e-JRM Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol. 9 No. 4, 113-131.

Dwisakti, V., Santoso, A., & Hartono, S., (2023), Analisis Strategi Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Ponorogo, *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2552-2560. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25853>

Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S., (2020), PENGARUH BAURAN PROMOSI, KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI DI BUKALAPAK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO, *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 8 No. 4, 110-119. <https://doi.org/10.35794/emba.8.4.2020.30583>

Melisa, P., Mandey, S. L., & Jan, A. H. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, INOVASI PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PERCEIVED VALUE (STUDI KASUS PADA MILENIAL YANG MENGGUNAKAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(2), 379-392. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i2.31675>

Laraswati, C., & Harti, H. (2022). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN ETNOSENTRISME KONSUMEN TERHADAP MINAT

PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>

Asmoro, A. A., & indrarini, rachma. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>

Maulana, Y. S., Alisha, (2020), Inovasi Produk dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Ichi Bento Cabang Kota Banjar), *Inovbiz : Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol 8 No 1, 86-91.