

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amiruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiyanti, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati, Ed.). Pradina Pustaka.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Ihsan Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Ariani, F., Sestriyenti, E., Silvia, E. D., & Susanti, R. (2023). Pengaruh Kualita Produk, Harga dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk Batik di Kota Sungai Penuh. *UPI YPTK Journal of Business and Economics*, 8(2), 1–7. <https://doi.org/10.35134/jbe.v8i2.239>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik* (13th ed.). Rineka Cipta.
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 2008–2027.

- Baitipur, M. N., Pujiastuti, E., & Annisa, Q. (2023). Perilaku Konsumen terhadap Minat Belanja Online. *Journal Accounting International Mount Hope*, 1, 2–12.
- Creswell, J. W. . (2017). *Research design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Dakhi, P. (2025). *Perilaku Konsumen: Teori, Faktor, dan Proses Keputusan Pembelian* (S. Tr. T. Dian Permata Putri, Ed.; 1st ed.). CV. NUSANTARA PRESS INDONESIA.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, P. S., Sasono, O. S., Nasrullah, D. M., Lutfhi, J., & Pratiwi, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Dessert Hunybung di Kota Semarang. *Asosiasi Dosen PKM Indonesia*, 5(2), 163–168. <https://doi.org/10.47841/semnasadpi.v5i2.193>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hunowu, L. G. M., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen di Aplikasi Codashop. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1033–1041. www.suara.com

- Izza, N., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Makanan: Literature Review (The Effect of Price on Intention to Buy Food: Literature Review). *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis*, 4(1), 12–23. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI>
- Karlina, E., Elyana, I., Nelfianti, F., Nuryati, S., & Arief, Z. (2023). The Effect of Perceived Price, Promotion, Product Quality and Service Quality on Consumer Purchase Intentions Lazada Marketplace in Depok. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 977. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumastuti, S. Y., Anggraeni, A. F., Rustam, A., Desi, D. A., & Waseso, B. (2025). *Metodologi Penelitian Prndekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Y. Agusdi, Ed.; 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lifani, S., Ulfah, M., & Kusumadewi, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Usaha Siwang Nounna Saritie Kabupaten Indramayu. *Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 83–92. <http://hawalah.staiku.ac.id>
- Mahendra, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Online Electronic word of Mouth dan Harga Terhadap Beli Produk Fellas.co. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(3), 255–264.

- Muid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. *Ekono Insentif*, 17(2), 107–122. <https://doi.org/10.36787/jei.v17i2.1175>
- Nilan, O. L., Amtiran, P. Y., Kurniawati, M., Fanggidae, A. H. J., & Manajemen, P. (2024). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Langsung dan Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kupang Trade Center. *Glory Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*.
- Putri, A. D., Ahman, Hilmia, R. S., Almaliyah, S., & Permana, S. (2023). Pengaplikasian Uji T Dalam Penelitian Eksperimen. *Lebesgue: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 4(3), 1978–1987. <https://doi.org/10.46306/lb.v4i3>
- Rantiani, Novalia, N., & Puspita, S. (2025). Faktor Harga dan Digital Marketing Sebagai Penentu Minat Beli Konsumen. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 22(2), 286–298.
- Raule, J. H., Nurhayati, N., Pratiwi, K. A., & Sinaga, R. (2024). *Manajemen Pemasaran* (M. Mirsal, Ed.; 1st ed.). PT. Media Penerbit Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan* (6th ed.). Salemba Empat.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021a). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.

- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021b). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Solomon, M. R. . (2020). *Consumer behavior : buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Susanti, I., & Handayati, R. (2021a). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 842. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2748>
- Susanti, I., & Handayati, R. (2021b). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 842. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2748>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran : Prinsip dan Penerapan* (4th ed.). ANDI OFFSET.
- Ummah, N. S., Mubyl, M., & Kandora, T. A. H. (2026). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Digital terhadap Minat beli Produk Lahap Kalap. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 13–24.
- Victoriadita, S. A., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Promosi Digital Terhadap Minat Beli Kunin daster Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 6(2), 504–514.

- Widiyono, Y., Taihuttu, G. C., Saripuddin, & Harahap, L. H. (2024). *Buku Referensi Metodologi Penelitian*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Wiguna, I. G. N. Ag. D., Agustina, M. D. P., & Trarintya, M. A. P. (2022a). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*. 2(2), 486.
- Wiguna, I. G. N. Ag. D., Agustina, M. D. P., & Trarintya, M. A. P. (2022b). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen I Gusti Ngurah Agung Dharma Wiguna (1) Made Dian Putri Agustina (2) Mirah Ayu Putri Trarintya (3) (1)(2)(3)*. 2(2), 486.