

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, F., & Muhammad Hidayat, H. (2022). *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label*.
- Ahmad Andhika Fajar Kurniawan. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan (Pada Jasa Transportasi Gorental Malang)*.
- Akhmalia, A. D., & Fadilla, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Tropical Pada Supermarket Xyz. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2295–2300. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2257>
- Alfriyadi, M. S., & Pujiastuti, I. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Minimarket Alfamidi Jababeka 2). In *Jurnal Manifest* (Vol. 03). <https://www.jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/manifest>
- Bengnga, Amiruddin; Ishak, R. (2018). Prediksi Jumlah Mahasiswa Registrasi Per Semester Menggunakan Linier Regresi Pada Universitas Ichsan Gorontalo. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 2.
- Anatasya; Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Subway Margonda. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akutansi Dan Bisnis*, 1.
- Arlinda S, H. J. (2024). *Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk Umkm Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Septiadi, D. M. D. (2022). Analisis Tingkat Kinerja Dermaga Dan Pelayanan Pada Pelabuhan Tanjung RU Kabupaten Belitung. *Politeknik Transportasi Darat Indonesia*.
- Trianggana, D. A. (2020). Peramalan Jumlah Siswa-Siswi Melalui Pendekatan Metode Regresi Linear. *Jurnal Media Infotama*, 2.
- Priansa, D. J. (2018). *Perencanaan Dan Pengembangan SDM*. Alfabeta.
- Irvanto, E. S. (2020). Pengaruh Desaian Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Erfina Miftahul Jannah, Erika Adistia, & Lilis Renfiana. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Untuk Meningkatkan Daya Saing Daya. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 117–131. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2945>

- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Trisyana, E. E. (2023). *Food Quality dan Persepsi Harga Kepada Keputusan Pembelian Sate Taichan Nyot-Nyot*.
- Tjiptono, Fandy & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Firman Supriyat. (2020). *Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada Cv Certowin Multi Trading Indonesia*.
- Hardani; dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. CV Ilmu Pustaka Gruop.
- Helen Alvionita. (2022). *Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi Dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Moderasi Pada bludrsud Indrasari Rengat Kabupaten Indragiri Hulu*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
- Assael, H. (2018). *Costumer Behavior and Marketing Action*. PWS-Kent Publishing Company.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya*.
- Komarudin, M., Gursida, H., & Indrayono, Y. (2022). Indonesian Case: Good Corporate Governance, Company Size, Taxes, and Transfer Pricing. *Journal of Business and Management Review*, 3(12), 826–840. <https://doi.org/10.47153/jbmr311.5022022>
- Kotler & Armstrong. (2018). *principles of marketing*. in pearson education.
- Lyza Sabrina Manurung, & Hotman Panjaitan. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Montung, P., Sepang, J., Adare, D., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru*.
- Muadzim Ragil Saputra. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Nasution, Muhammad Fakhru Rizky; Yasin, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *JURNAL Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Prawiro, M. (2018). *Strategi Pemasaran : Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep dan Contohnya*. Maxmanroe.
- Mustafa, F. (2024). *Manajemen Pemasaran*. 6.
- Nikolaus. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat*.
- Ningsih, D. S., & Priyadi, I. H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Private Label Indomaret (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jl. Jokotole No. 22 Kabupaten Pamekasan). In *MABNY: Journal of Sharia Management and Business* (Vol. 2, Issue 1).
- Olifia N, M. I. (2018). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Menarik Minat Pelanggan Umah Hoshi Villa Di Desa Sebatu, Kecamatan Tegallalang*. 3(1). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Pada Mahasiswa, S., Universitas, M., & Bogor, P. (2018). *Analisis Hubungan Celebrity Endorser (Tasya Farasya) Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Somethinc*.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Purwati, M., & Purwanto, H. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Indomaret Seluruh Kota Madiun)*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Rahayu R, Souisa J, U. A. et al. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras (Studi Pada Konsumen Beras Ud Rahayu Di Blora)*. 18(2).
- Satria Putra, A., & Anggrainie, N. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere, Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- SintyaFebrianti. (2024). *Pengaruh Efektivitas Promosi Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Le Eminence Puncak Hotel Convention & Resort)*.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryajaya, I., Krismi, D., & Sienatra, B. (2020). *Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It*.
- Ulfithroh, N. (2023). *Strategi Pemasaran Dan Harga Dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac Di Cv. Fassa Group Bandung*.
- Wirayanthi N, S. S. (2019). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label* (Vol. 2, Issue 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view>
- Yuda Satya Pratama Saputra. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Customer Review, Dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Di E-Commerce Tokopedia*.
- Aripin, Zaenal; Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku Bisnis : Etika Bisnis dan Perilaku Konsumen* (Pertama). Deepublish.
- Zahra Alharits, S., & Wahyono, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Private Label Pada Super Indo Supermarket Cabang Kelapa Dua*. <https://doi.org/10.54964/manajemen/E-ISSN>
- Zainurossalamia. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori & Staretegi*. Forum Pemuda Aswaja.