

DAFTAR PUSTAKA

- Arfadli, M. R. (2018). *PENGARUH SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK SMARTPHONE (Studi Kasus di FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Arianto, B., Zulkarnain,), & Samsir,). (2016). The Effect of Product Quality, Price, Promotion Towards Purchase Decision and Consumer Loyalty of Tiga Serangkai Books in Riau Province. *Journal of Economics, Business and Applications*.
- Ahmad Susanto. (2016). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Aziz, M. L., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleland Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.326>
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), 149. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i2.13406>
- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFÉ). *Journal of Management*, 2(2), 1–13.
- Groover, M.P., 2010, *Fundamental of Modern Manufacturing Material, Processes and System*, 4th edition, John Wiley and Sons, hoboken, USA, p.456.
- Juhaeri, J. (2020). Effect of Promotion and Price on Customers' Purchase Interests at PT Sumber Cipta Multiniaga, South Jakarta Branch. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 34. <https://doi.org/10.26858/jiap.v10i1.13567>
- Keni, W. D. D. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 102–109. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4933>
- Kuncoro, Amin & Sudarman (2018) *Metodologi Penelitian Manajemen*. Andy Offset. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks

- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Laela, T. D. F. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya. *Jurnal Ekonologi*, 2(April), 4. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1137>
- Ma'ruf, M. H. (2017). the Influence of Product Variations, Prices and Sales Promotions on Consumer Decisions in Buying Mitsubishi Cars in Surakarta. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(01), 48–56. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v1i01.355>
- Prasetyo, E. B., Sopiah, & Zen, F. (2020). *The Effect of Discount Price on Purchasing Intentions Through Consumer's Perceived Risk in the Flash Sale Program at Shopee*. 124, 633–643. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.129>
- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). the Influence of Product Quality, Prices and Promotions on Interest in Buying Sri Sulastris' Batik. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 9–17. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.121>
- Produk, P. K., Dan, H., Of, W., & Terhadap, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1188–1197. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20082>
- Purnomo, E. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*.
- Rustini, Ni Komang Ayu. 2015. “Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja pada Komitmen Organisasi dan Implikasinya Pada Kinerja Pengelola Anggaran”. Denpasar : Universitas Udayana.
- Sari, R. M., & Aprileny, I. (2020). *The Effect Of Product Quality And Promotion Of Customer Satisfaction With Interest In Buying As An Intervening Variable*. 1–22.
- Surapati, U., & Syariful Mahsyar. (2019). Relationship Between Consumer Behavior, Discounts and Purchase. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Televisi, D. I. (2009). *Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pemutih Wajah Pond ' S Flawless White Dalam Iklan Versi Story Line*.

- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max Di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 407–414. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.627>
- Yoon, S. J. (2002). The antecedents and consequences of trust in online-purchase decisions. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 47–63. <https://doi.org/10.1002/dir.10008>

