

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F. N. (2025). *Pengaruh Halal Awareness dan Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Pada Perempuan Generasi Z di Sumatera Barat*. Universitas Andalas.
- Amalia, P. R. (2022). Pengaruh Brand Image dan Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Muslimah IPPNU Kabupaten Mojokerto. *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 63–76.
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing dan E-Wom terhadap Minat Beli Produk Geoffmax*. *AKUNTABEL*, 18 (3), 379–391.
- Aulia, A. R. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop Melalui Media Sosial sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada K-Popers Di Kota Padang)*. UNIVERSITAS BAITURRAHMAH.
- Duha, V. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ud. Berkat Jaya Kecamatan Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(1), 42–53.
- Fadilah, N. F. N., & Sholikhah, A. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambal Gami Jeet 81 Porong: Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambal Gami Jeet 81 Porong. *TALI JAGAD JOURNAL*, 2(1), 30–45.

- Febrian, A. A., & Irawati, W. (2024). Pengaruh Lokasi, Citra Lembaga Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT UGT Nusantara Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 135–145.
- FITRIANI, A. M. (2025). *PENGARUH CITRA MEREK, LABELISASI HALAL, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK WARDAH*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Grewal, D., & Levy, M. (2021). *M: marketing*. McGraw-Hill Education.
- Gunawan, N. F. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Two Good Bakery. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(12), 1617–1634.
- Herdioko, J., & Wijanarko, V. L. (2021). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 97–103.
- Indrasari, M. (2019). Manajemen pemasaran. *Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)*.
- Kusumaningrum, D. D., Hendratmoko, S., & Widuri, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Kelompok UKM Candaria. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 71–76.
- Marlita, E., & Rahmawati, V. (2022). Kajian Media Sosial dan Kualitas Produk pada Minat Beli Konsumen Kaos Stelabs Startup Business. *Indonesian Journal of Management Science*, 1(1), 51–60.

- Mirandi, O. A. S., & Rimiyati, H. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Matahari Department Store Yogyakarta. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(2), 1–10.
- Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen kinerja: Teori dan praktik*. Universitas Brawijaya Press.
- Murfadila, A., Tanjung, H., & Ikhtiono, G. (2021). Pengaruh Promosi, Kehalalan Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pengguna E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1), 27–40.
- Notoadmojo. (2019). *Prosedur Penelitian Praktis*. Bina Aksara.
- Nur, S. R. (2024). *Pengaruh Product Quality, Brand Image dan Price Perception Terhadap Brand Switching Galon Le Minerale Di Kabupaten Kebumen*. Universitas Putra Bangsa.
- Nurulita, S., Gazali, G., & Hutagalung, D. (2025). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BRAND LOKAL PRAYERKIDS. *JUBISMA*, 7(2), 20–30.
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dan minat pembelian ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79.
- Puri, L. M., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa Metro tahun 2022. *Journal of Student*

Research, 1(1), 394–403.

Rangkuti, F. (2017). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.

Rizkiana, C., Bekti, S. M., Suryawardana, E., & Indriyanti, I. S. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk jasa wedding organizer. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 81–94.

Saepuloh, A., & Hisani, D. R. (2020). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. *Innovation Research Journal*, 1(1), 34–39.

Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.

Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh electronic word of mouth dan promosi media sosial terhadap minat beli pada produk fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94.

Sugiyono. (2020). *Statistik Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.

Wahyudianto, M. Z. (2021). Pengaruh persepsi harga dan promosi penjualan terhadap minat beli Butuhbaju. com. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 311–319.

Wulandari, R., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Promosi Dan Potongan Harga Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Cafe Kenalin Ini Kopi Karawang. *Business and Investment Review*, 1(3), 44–53.