

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. F. Z. (2022). *Pengaruh Literasi keuangan lifestyle hedonis dan sikap keuangan pribadi terhadap perilaku keuangan mahasiswa (ITB WIGA Lumajang)* <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/id/eprint/1724%0A> [ITB WIGALUMAJANG].<http://repository.itbwigalumajang.ac.id/id/eprint/1724%0A>
- Abdillah, A. F. Z., Irdiana, S., & Ato'illah Mohammad. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis, dan sikap keuangan pribadi terhadap perilaku keuangan mahasiswa 658-Article Text-1460-1-10-20221231. *Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis, Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*, 5, 117–124.
- Adisaputra, G. (2019). *manajemen pemasaran: analisis untuk perencanaan strategi pemasaran*. UPP STIM YKPN.
- Alma, B. (n.d.). *manajmen pemasaran dan pemasaran jasa*. alfabeta, cv.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Ariyanto Moa, P., Kurniawan, A. P., & Obon, W. (2024). Pengaruh Atribut Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Hp Vivo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Nipa Maumere. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 155–166. <https://doi.org/10.59603/cuan.v2i3.75>
- Astuti, R. F., Rahayu, V. P., Mustangin, M., Dewi, R. R. C., & Rahmaniah, R. (2022). Analisis perilaku konsumsi melalui gaya hidup pada usia remaja. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(2), 232–241. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22313>
- Bimantara, Y., Novita, D., & Jaelani. (2022). Pengaruh harga, desain produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian (Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio di Lampung). *Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 27–36.
- Devi, N. W. C., & Jatra, I. M. (2022). Analisis pengaruh promosi digital, citra merek, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen pada produk sandal dan sepatu di Kepuh Kiriman Waru. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *ECo-Buss*, 6(1), 166–178. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.673>
- Farohah, L. A., & Utami, A. R. (2024). Promosi Digital Dan Kualitas Produk

- Terhadap Minat Beli Di Resto Biryani Lah Lebak Bulus, Jakarta Selatan (Studi Kasus Pembelian Pada Grabfood Dan Gofood). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 282–294. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.231>
- Febryanti, H., & Hasan, F. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Online terhadap Minat Beli Masyarakat pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan. *Agriscience*, 3(1), 164–178. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15240>
- Fera, Syawaluddin, & Okta, M. A. (2021). Pengaruh Atribut Produk dan Segmentasi Pasar terhadap Minat Beli Deposito PT Bank DBS Indonesia, TBK KCP Diponegoro Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 7(2), 10–19.
- Fitriana, M. N. (2016). Pengaruh Atribut Produk dan harga terhadap Minat Beli Produk Action Camera SJCAM SJ4000 WIFI (Studi Pada Pengunjung Plaza Kamera Surabaya). *Pendidikan Tata Niaga*, 04(03), 1–10.
- Ghozali, I. (n.d.). *Grand Theory: Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Griffiths, J. (2021). Key opinion leader. *The Great Firewall of China*, 7. <https://doi.org/10.5040/9781350257948.ch-018>
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar statistika inferensial* (cet, 2). rajawali pers, 2017.
- Hermansyah. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Handphone Merek Oppo. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 19(1), 104–111. <https://doi.org/10.51826/fokus.v19i1.485>
- Hidayah, N., Andriyati, S., Rismayani, V., & Victoria, V. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, ketersediaan fitur layanan terhadap loyalitas nasabah penggunaan bsi mobile. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 139–159.
- Hidayat, T., & Suhairi, S. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai, Harga dan Promosi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Pasca Pandemi di Suzuya Mall Tanjung Morawa. *Cakrawala Repositori IMWI*, 5(2), 607–615. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v5i2.151>
- Janie, D. N. A. (2021). Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).
- Jaya, V. K. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth , Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sport Shoes Adidas Pakuwon*.
- Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA*, 3(3),

hlm. 451-462.
 file:///C:/Users/hp/Downloads/iogi2018,+10_Billiclinton+Kalele_MnPi+JT.pdf

Kotler, P., & Amastrong, G. (2012). *Dasar Dasar Pemasaran* (ed. I). Prenhalindo.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (ed. 8). Erlangga.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2014). *Marketing for hospitality and tourism*. Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.

Listyaningsih, D. F., & Cahyono, Y. T. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Financial Distress Terhadap Audit Delay. *Seminar Nasional Dan Call For Paper III*, 67–78. www.idx.co.id

Lovelock, C. H., & Wright, L. J. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa* (I). PT Macanan Jaya Cemerlang.

Mahendra, R. R. (2021). Meningkatkan minat beli produk shopee melalui celebrity endorser. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>

Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen pemasaran*.

Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66. <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/525>

Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Mitra Media.

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama.

Pertiwi, A. D., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh harga,promosi digital dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk fashion di market place. 105-123. 20(1), 105–123.

Pramasta, R. F. A., Dasamadi, & Ariestanto, A. F. (2023). Terhadap Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Type Beat Tahun 2020 Di Kabupaten Boyolali. 11(1), 38–49.

Priansa, D. J., & Kurniati, A. T. (2017). Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan

- Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Produk Indihome Pt. Telekomunikasi Indonesia Witel Solo). *E-Proceeding of Applied Science*, 3(2252), 513.
- Razi, F. F., & Rifai, A. (2015). Pengaruh Atribut Produk Kawasaki Ninja 150 R Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Valuta*, 1(2), 250–268.
- Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Saputro, A., Sugiharto, D. S., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Strategi Pemasaran*, 5, 1–8.
- Siregar, S. (2017). *statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual dan Aplikasi SPSS versi 17*. Bumi aksara.
- Sudaryono. (2017). *Metodoogi Penelitian* (1st ed.). Rajawali pers.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif KUalitatif dan R dan D* (21st ed.). alfabet.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN & PENGEMBANGAN* (S. Y. Suryandari (ed.)).
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian bisnis*. alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (ed. 2; 1). Alfabeta.
- Suhatman, S., Sari, M. R., Nagara, P., & Nasfi, N. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 26–41. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i2.81>
- Supriyadi, N. (2024). Pengaruh Atribut Produk dan Promo Angka Kembar Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk iPhone di Toko Shopee iBox Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 230–237. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Surokim, Rakhmawati, Y., Suratnoaji, C., Wahyudi, M., Handaka, T., Dartiningsih, B. E., Jlijanti, D. M., Rachmawati, F. N., Kurniasari, N. D., Trisilowati, D., & Suryandari, N. (2016). *RISET KOMUNIKASI: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula* (Surokim (ed.)). pusat kajian komunikasi publik.
- Telussa, A. M., Persulesy, E. R., & Leleury, Z. A. (2013). Penerapan Analisis Korelasi Parsial Untuk Menentukan Hubungan Pelaksanaan Fungsi

Manajemen Kepegawaian Dengan Efektivitas Kerja Pegawai. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 7(1), 15–18.
<https://doi.org/10.30598/barekengvol7iss1pp15-18>

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (III)*. CV. Andi Offset.

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.

Widyatama, R. (2009). *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book.

Young Kim, E., & Kim, Y. (2004). Predicting online purchase intentions for clothing products. *European Journal of Marketing*, 38(7), 883–897.
<https://doi.org/10.1108/03090560410539302>

Zakaria, R. (2020). *Pengaruh word of mouth dan atribut produk terhadap minat beli konsumen pada helm NHK masyarakat Kecamatan Ulok Kupai*.

