

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, F., Hidayat, H. M., Fitriany. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. Jurnal. *Jurnal The Manusagre* Volume 2 No. 1.
- Alifia F. T., Ika N., & Fitriyah Z. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan *online Customer Review* Terhadap Minat Beli Pada *Online Store Sociolla*. *Journal of Education, Humanioran and Social Sciences (JEHSS)*.
- Agustin N. & Amron. (2020) Pengaruh *Influencer Marketing* dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *Skincare* Pada *Tiktok Shop*. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Agustina, Z. U. (2022) Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada *E-Commerce Tiktok Shop*. Skripsi. UIN Prof, K.H. Saifuddin Zuhri. Purwokerto.
- Anatasya, E. (2018). Peranan Persepsi Kualitas *Website* Terhadap Persepsi Kualitas Produk dan Minat Beli Produk *Fashion* Secara *Online*. Studi Pada Mahasiswa UII Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Andryanto, Reza. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko *Online* (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bustarosa, Dadista Fidel. (2018). Peran Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Dan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa DI Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta.
- Digdowniseiso, K., Lestari, R., Safrina, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui *Brand Image* Produk Kecantikan di Aplikasi Sociolla. Jurnal. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Faradila 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* 14.
- Ghozali, Imam (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Indarto, A. F., & Farida, Siti N. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Jurnal. Al Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah*.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laraswati C. & Harti. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis, & Manajemen Vol 12 Nomor 2*.
- Luftiani E. I. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Merek Toko (Studi Kasus pada Konsumen Bio Organik di Supermarket SuperIndo Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta. Eprints UNY.
- Mardiastika, Ema (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton. *Jurnal Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang*.
- Masitoh, P.D. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Layanan Serta Efek Komunitas Viral Terhadap Minat Menonton Ulang Film Melalui Kualitas Film Pada Bioskop *Newstar Cineplex Jember*. Skripsi. Universitas Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Mulyani. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jawa Barat: Penertbit Widina.
- Natasyah, Nabilla. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus Pada Pelanggan *Outlet Pisang Sexy Jl. Abadi Medan*. Medan. Universitas Medan Area.
- Nizhamuddin, et al., (2023). Analisis Persepsi Masyarakat Kota Tarakan Terkait Kualitas Layanan, Kondisi Fasilitas dan Harga Terhadap Minat Kunjungan Ke Bioskop XXI. *Jurnal. Jurnal Manajemen dan Bisnis-JMBI*.
- Oscar Y. & Keni. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Persepsi Harga, dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 3, No. 1.
- Purnamawati N. L. A., Mitariani N. W. E., & Anggraini N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang

- di Bandung *Collection* Kecamatan Kuta Utara, Badung. Jurnal. VALUES Volume 1 No. 3.
- Putri D. N. Herawaty T., & Kostini N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Harga Produk Susu Cup Pasteurisasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rest Area KPBS Pangalengan. Jurnal. JIMEA. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi).
- Qalbi N., & Hartini. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas (*Trifling*) di Daerah Sumbawa. *Journal of Nusantara Economin Science* (JNES).
- Rachim N. A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Pada Masyarakat Kota Makassar. UIN Alauddin Makassar.
- Rifa'i B. A., Mitriani N. W. & Imbayani L. G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di *Gallery Smartfren* Denpasar. Jurnal. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Romadloniyah A. L. & Prayitno D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Money* Pada Bank BRI Lamongan. Jurnal. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi. Universitas Islam Lamongan.
- Sihombing, Maruli A. T., Johannes, & Ekasari, Novita. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Merk Terhadap Minat Pembelian Mobil *Merk Wuling* di Kota Jambi. Jurnal. Jurnal Dinamika Manajemen Vol.9. N0.3.
- Silaen S. (2018) Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Bogor: In Media (hal. 23)
- Siregar S. (2013) Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Ed 1, Cet 1. Jakarta: Kencana.
- Sopiyan P. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal. Co-Management Vol.3 No 2.
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.

Tambunan, Krystia & Widiyanto, Ibnu. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto. Jurnal. *Diponegoro Journal Of Management*.

Wahyuningtyas R. A. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi GOJEK di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 4, No. 3 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.