

DAFTAR PUSTAKA

- Almira, Amelia & Sutanto, J E (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison NOB. *ERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 3(2).
- Arikunto, S. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: *Rineka Cipta*
- Bilson Simamora, 2003, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, *Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta.
- Budi, Indah Suryaning, Octavia, Ade & Sari, Novita (2019). Pengaruh inovasi produk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Honda Beat di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajeme*. 7(2). MeiAgustus 2019 ISSN: 2338-123X.
- Durianto, D. (2003). *Invasi Pasar Iklan Yang Efektif*. Jakarta: *Gramedia*.
- Eka, A. S., Sitorus, P., Fatahillah, R., Duwi, A., & Eka, C. (2021). Pengaruh Tipe Post , Waktu Post , Testimoni Dan Follower Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pendahuluan. *I*(1), 91–100.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)* Semarang: *Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang*
- Hidayah, Eka Nur & Rahmawan, Ginanjar. (2021). *The Influence of Product Quality, Price, Product Innovation and Brand Image on Purchasing Decisions of Instant Noodles in Indonesia*. *Journal of Research in Business, Economics, and Education* E-ISSN 2686-6056. 3(1).
- J.Paul Peter & jerry c. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. 2nd. ed. 4 Jakarta: *.Penerbit Erlangga*. Bistari (2003)
- Kurnia, R. A. D., Masitoh, M. R., & Huddin, M. N. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instragram Mcdonald's Indonesia). *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4(1), 23–37.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: *Erlangga*.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid Kesatu. Jakarta : *PT. Indeks*.

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: *Erlangga*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). Principles of marketing: an Asian perspective. Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke. 9. Jakarta: *Erlangga*
- Lamarto, Y. (2006). Prinsip Pemasaran. Jilid I. Edisi Ketujuh. Penerbit *Erlangga*: Jakarta.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: *Kencana Prenada Media*.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., Roring, F., Produk, P. I., Harga, P., Promosi, D. A. N., Minat, T., Sepang, J. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (n.d.). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Verel Bakery And Coffee. 10(1), 184–190.
- Mawan, Ginanjar. (2021). The Effect of Product Quality, Innovation and Price To Purchasing Decisions of Noolde Products. *International Journal of Multi Science*. 1(10).
- Mastur, fahmi husain. (n.d.). Pengaruh Testimonial Produk Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Online (Study Kasus Pada Konsumen Di Media Sosial Instagram C-empat.
- Maulana Firli, O., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsme, Brand Image, dan Testimoni dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus : Instagram UKM Kylafood). *Bahtera Inovasi*, 4(2), 104–110. <https://doi.org/10.31629/bi.v4i2.3432>
- Maulana, Y. S., & Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). 8, 86–91.
- Maulana, M. A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs Dikota Tegal [Universitas Pancasakti Tegal]. [http://repository.upstegal.ac.id/871/1/skripsi ARFAT RTF %28JADI%29.pdf](http://repository.upstegal.ac.id/871/1/skripsi%20ARFAT%20RTF%20JADI%29.pdf).
- Morissan M. 2014. Metode Penelitian Survei. Cet-2. Jakarta : *Kencana*.
- Nurdiana, C. (2019). Pengaruh Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matic (Suatu Studi Pada JG Motor Pangandaran). <http://repository.unigal.ac.id:8080/handle/123456789/441>.

- Nurhaita. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Industri Batik Skala Besar dan Sedang di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang*
- Octaviani, Vini & Batu, Reminta Lumban. (2022). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Yaris. *Jurnal ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. (10) Spesial Issue DNU 14 TH, Maret 2022 page: 255–262.
- Ogi Maulana Firli, Muhamad Rizal, Ria Arifianti, and Asmaul Husna. —Pengaruh Celebrity Endorsme , Brand Image , Dan Testimoni Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus : Instagram UKM Kylafood).*Jurnal Bahtera Inovasi 2, no. 4 (2021): 104–10.*
- Pass, Christopher. And Lowes, Bryan. (1994). Kamus Lengkap Ekonomi. Edisi Kedua. Jakarta : *Erlangga*.
- Rogers, M.Everett. (2003). Diffusion of Innovation 5th Edition. Free Press, New York.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Satria, arief adi. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Sembada, I. V., & Hotimah, E. (2022). Pengaruh Promosi dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi oleh Kepercayaan (The Influence of Promotions and Testimonials on Purchase Intention of Lyfira Hijab Products is Mediated by trust) Abstrak. 3(01), 21–30.
- Seyarko. (2016). Manajemen Pemasaran, Medan : *Perdana Publishing*.
- Setiawan. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis Vol 13*
- Shaleh, R. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup, Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Stalker Pomade (Studi Kasus Pada Pembeli Minyak Rambut Stalker Pomade Di UN PGRI Kediri). *SimkiEconomic*. 01(01) Tahun 2017.
- Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : *Alfabeta*.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : *Alfabeta*
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : *Alfabeta*

- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : *Alphabet*.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: *Rineka*.
- Suryati, L., Saragih, L. M. S., Fajrillah, F., Sudarso, A., & Tarigan, A. M. G. (2022). Pengaruh Harga, Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 380–385. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1222>
- Suwandari, Lusi. 2008. “Pengaruh Promotional Mix pada Peningkatan Volume. Penjualan Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto”. Purwokerto
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2008). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi kedua. Yogyakarta : *CV Andi*.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*, edisi keempat. In Edisi I. Yogyakarta : *Andi*.
- Umar, Husein, 2007. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: *Gramedia*.
- Yoeniargo, Y. D., Dyatmika, S. W., & Atmosphere, S. (2020). Pengaruh Produk , Testimoni Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Di Kafe Warunk Upnormal Gresik signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik . Apakah terdapat pengaruh produk (X1) terhadap minat beli ulang ? 1(1), 12–18.