

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Brand Image, Product Innovation and Social Media Marketing on Samsung Smartphone's Buying Interest: Case Study on Narotama University Students. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 210–217. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v2i2.769>
- Baidowi, M. . (2021). Pengaruh Strategi E-Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kompetitif*, 10(1), 29–36. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v10i1.751>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program (IBM SPSS)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Erlangga. Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Labantu, A. G., Tumbuan, W. J. F. A., & Poluan, J. (2021). Pengaruh Strategi Promosi, Proses, Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan Bonbon Factory Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 570–578. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33559>
- Mahfud, M. A. G., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *IOSR Journal of Economics and Finance*, 07(04), 61–67. <https://doi.org/10.9790/5933-0704016167>
- Natalia Angelita, A. P., Sangari, K. A., & Octaviana, S. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli di Era Covid 19 Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(8), 3698–3708.
- Norsita, D. I., Revulaningtyas, I. R., & Wijanarti, S. (2021). Pengaruh Kemasan Produk Minuman Coklat Banjaroyo Terhadap Minat Beli. *Agrointek*, 15(2), 469–476. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i2.9749>

- Pham, T. T., & Chiu, S. (2021). the Impact of Csr and Product Innovation on Brand Image and Purchase Intention. *International Journal of InnovationScientific Research and Review*, 03(02), 860–867.
- Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale.” *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266–284. <https://doi.org/10.21274/dinamika.2020.20.2.266-284>
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, N., & Subagio, H. D. (2018). Influence of Packaging Design, Promotion and Brand Image on Consumer Buying Interest (Study Case of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk). *IJIEEB : International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*, 1(2), 91–101. <https://doi.org/10.29138/ijieeb.v1i2.762>
- Saputra, V. N., Mulyati, A., & Andayani, S. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, dan Higienitas terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1(2), 1–14.
- Sinaga, S., Gaol, J. L., & Ichsan, R. N. (2021). The Effect of Product Innovation on Consumer Interest in the Purchase of Bottled Tea Products at PT. Sinar Sosro Medan. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal(BIRCI-Journal)*, 4(1), 1361–1367. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1762>
- Smith, P., & Taylor, J. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Prentice Hall.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku DenganMinat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. (2011). *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suryaningsih, L. P., Sukaatmadja, I. P. G., & Yasa, N. N. K. Y. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Produk ENDEK di Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional AIMI, Vol 8 No 1(1)*, 50–67.
- Suyaman, D. J., Andriani, E. F., Alifiana, S., Juniar, D., & Azzahra, F. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 572–587. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.361>
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset

- Trismiyanti, D., & Ravelby, T. A. (2020). Pengaruh Kemasan dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Makanan Kucing. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 24–30.
- Wulandari, R., & Setyaningrum, R. P. (2021). Does Product Packaging, Product Exhibition, and Consumer Tastes of Dry Food and Beverages Produced By Msmes Affect Buying Interest? *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(02), 2021.