

## DAFTAR RUJUKAN

- Agita, M., & Sutopo. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Pada UD. Cindy Semarang. *Dharma Ekonomi*, 29(2), 77–90. <https://doi.org/10.59725/de.v29i2.52>
- Andreadi, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Di Toko Pakaian Brainwash Graphic. 4(2), 126–138. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/42618>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Arofah, N. Z., & Gamayanti, W. (2021). Pengelolaan Sistem Pemasaran Online dalam Budidaya Ikan Cupang. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(XXXIII), 55–74. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/405%0Ahttps://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/download/405/357>
- Bakhtiar, Y. (2004). *Budidaya ikan hias air tawar untuk ekspor* (Mulyono (ed.)). AgroMedia Pustaka.
- Biro Humas dan Kerja Sama Luar Negeri KKP. (2017). *Peta Lalulintas Ikan Hias di Indonesia, ke Kaltim Cukup Tinggi*. <https://www.niaga.asia/peta-lalulintas-ikan-hias-di-indonesia-ke-kaltim-cukup-tinggi/>
- Ferdinand, A. T. (2006). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Inc.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. [https://onsearch.id/Record/IOS4343.article-283?widget=1&library\\_id=953](https://onsearch.id/Record/IOS4343.article-283?widget=1&library_id=953)
- Harita, E. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD. Rendah Hati Kecamatan Teluk Dalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(2). <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim>
- Igir, F. G., Taroreh, H., & Tampi, J. R. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v6.i002.%25p>
- Kominfo. (2021). Diikuti 542 ekor dari 3 Provinsi, Wawali Tutup Kontes Ikan Koi. *Dinas Komunikasi Dan Informatika*. <https://diskominfo.samarindakota.go.id/arsip/2021/kegiatan-masyarakat/diikuti-542-ekor-dari-3-provinsi-wawali-tutup-kontes-ikan-koi>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 12th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, H. A., & Indriani, F. (2018). Pengaruh Product Knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk, dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Motor Kawasaki Ninja 250 FI di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22383>
- Lesmana, D. S., & Dermawan, I. (2001). *Budidaya Ikan Hias Air Tawar*. penebar Swadaya.
- Lou, D. C. (2021). The Effect of Price, Promotion, and Packaging towards Purchase Intention of Stacks Food in Surabaya. *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(2), 75–92. <https://doi.org/10.37715/rme.v5i2.1619>
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Mrarani, N. A., & Lastianti, S. D. (2022). Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality dan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian

- Sepeda Pushbike (Studi pada Komunitas Pushbike Surabaya). *Jurnal Media Mahardhika*, 20(2), 252–263. <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/view/393>
- Muslihati, R. P., & Trifiyanto, K. (2021). Pengaruh Health Awareness , Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi pada Jamu Herbal Tradisional di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 78–86. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.765>
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13. <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/download/83/40>
- Nasir, A. (2020). *Studi kelayakan bisnis Bisnis Era Revolusi*. CV. Adanu Abimata.
- Nugroho, A. R., & Irena, A. (2017). *The Impact of Marketing Mix , Consumer ' s Characteristics , and Psychological Factors to Consumer ' s Purchase Intention on Brand " W " in Surabaya*. 5(1), 55–69. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ibm/article/view/5874>
- Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Smartphone Samsung Galaxy A10s Through Consumer. *Jurnal Ekbis*, 22(2), 223. <https://doi.org/10.30736/je.v22i2.844>
- Nurjannah, N., & Ramadhan, F. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 85. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.634>
- Peña-García, N., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., & Siqueira-Junior, J. R. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Heliyon*, 6(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>
- Purbaya, A. H., & Putra, M. (2019). Pengaruh Perceived Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman.Co. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(11), 1038–1054. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i11.293>
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunci - Tangerang). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94–104. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.107>
- R, W. F. (2020, October). Hobi Lama yang Bangkit Kembali saat Pandemi. *Disway Kaltim Group*. <https://nomorsatukaltim.disway.id/read/14823/hobi-lama-yang-bangkit-kembali-saat-pandemi>
- Raharjo, S. (2021). *Cara Uji Normal Probability Plot dalam Model Regresi dengan SPSS*. Spss Indonesia. <https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>
- Rahayu, D. R., Pratikto, H., & Siswanto, E. (2023). The Influence Of Price And Product Innovation On The Purchase Intention Of Wuling Electric Cars With Brand Image As An Intervening Variable A Study On Prospective Electric Car Consumers In East Java. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(3), 983–988. <https://doi.org/10.54443/ijebas.v3i3.951>
- Roach, B., Goodwin, N., & Nelson, J. (2019). Consumption and the Consumer Society | A GDAE Teaching Module on Social and Environmental Issues in Economics. *Global Development And Environment Institute, Tufts University, Chapter 8 from: Microeconomics in Context, Fourth Edition.*, 1–2. <http://ase.tufts.edu/gdae>
- Rokhmawati, H. N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2023). The Role of Brand Image, Price and Trust on Purchase Intention Herbal Medicine. *International Journal of Economics and Management Review*. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/%0Ahttps://jurnal.smartindo.org/index.php/ijemr>
- Roony, C., Priambodo, D. D., Candraditya, H., Reinastya, K., & Hestiyani, M. (2019). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli (Case Study Integrated home protection). *Indonesian Business Review*, 2(1), 125–138. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.1.125-138>
- Runaika, N., & Nizam, A. (2020). Pengaruh Kepuasan Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Variabel Customer Perceived Value Sebagai Pemediasi Pada Pengguna Kartu Internet Telkomsel Di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 83–96(1), 83–96.
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Sari, D. A. K., Andriani, D. N., & Berlianantiya, M. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Usaha Minuman Chako Di Madiun*. 2(1), 142–152. <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i1.1061>
- Sari, D. K. (2021). Analisis Pengaruh Quality Function Deployment, Elastisitas Harga, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *UBHARA Management Journal*, 1, 351–359. <http://journal.febubhara-sby.org/umj>
- Shwastika, R., & Keni, K. (2021). The Effect of Brand Awareness, Social Media Marketing, Perceived Quality, Hedonic Motivation, and Sales Promotion Towards Consumers Intention to Purchase in Fashion Industry. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 23–31. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.004>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sumiyati, S., & Yulian, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pada Konsumen Coffeeshouse di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/10.29406/jpr.v8i1.2565>
- Susanti, I., & Handayati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 842. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2748>
- Tala, O., & Karamoy, H. (2017). Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Accountability*, 6(1), 57. <https://doi.org/10.32400/ja.16027.6.1.2017.57-64>
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125–133. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2421>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). Pemasaran Strategik. In Andy (Ed.), *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika* (1st ed.).
- Verdian, E. (2019). Analisis Faktor Yang Merupakan Intensi Perpindahan Merek Transportasi Online Di Surabaya. *AGORA*, 7(1).
- Widyarsih, A. R., Cahaya, Y. F., & Chairul, A. G. (2023). The Influence Of Brand Image, Viral Marketing, And Product Quality On Purchase Intention. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(1), 102–109. <https://doi.org/10.54099/aijms.v2i1.460>