

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

---

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)  
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

---

Purba, Aditia Panahatan

2025

# Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang

---

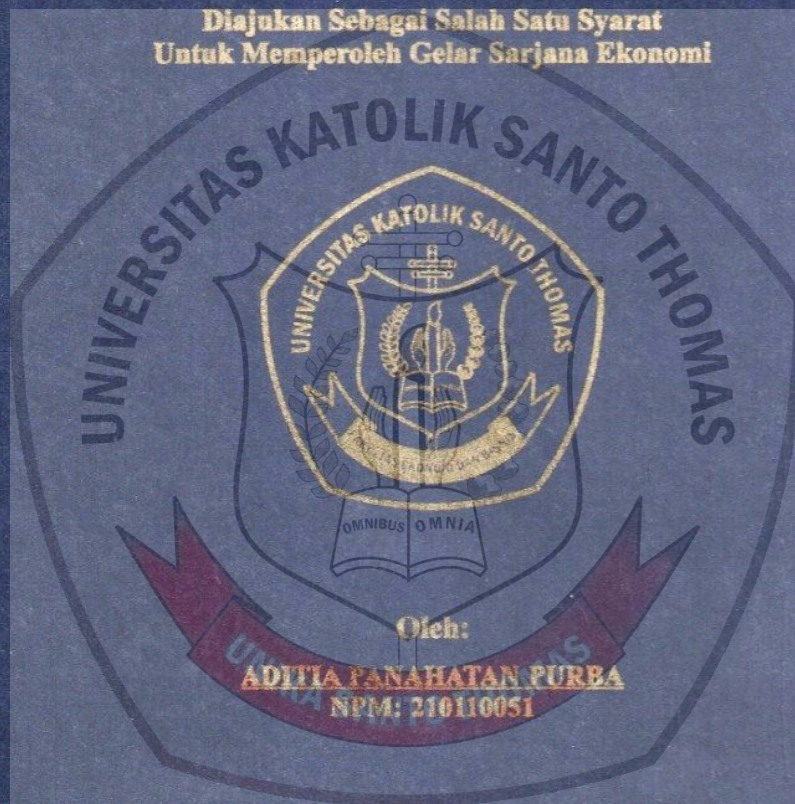
<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/863>

*Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas*

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. CIPTA  
NIAGA SEMESTA SUNGGAL DELI SERDANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS  
MEDAN  
2025**

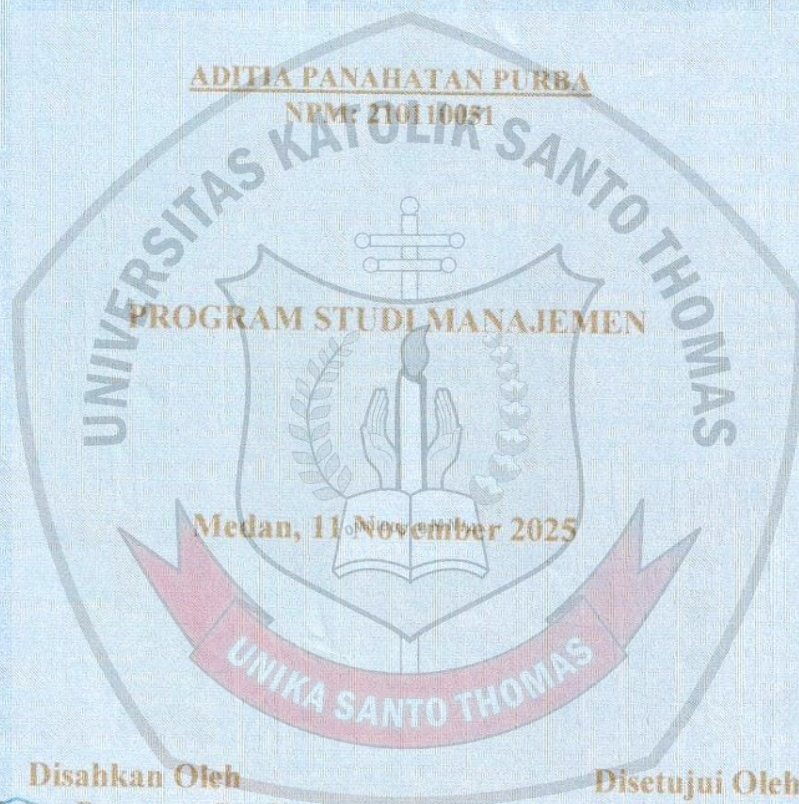


**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. CIPTA  
NIAGA SEMESTA SUNGGAL DELI SERDANG**

**ADITIA PANAHTAN PURBA**

**NPM: 210110051**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**Medan, 11 November 2025**

**Disahkan Oleh  
Ketua Program Studi**



**Dr. Miska Irani Tarigan, S.SOS., M.M**  
**NIDN : 0108108002**

**Disetujui Oleh  
Pembimbing**



**Dra. Betniar Purba, M.Si**  
**NIDN: 012096401**



**PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PT. SIANTAR TOP Tbk MEDAN**

**ADITIA PANAHATAN PURBA**

**NPM: 210110051**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**Medan, 11 November 2025**

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Drs. Sarimonang Sihombing, MPA**  
**NIDN: 01100085801**

**Darwis Tamba, SE., M.Si**  
**NIDN: 0103056601**

**Ketua Penguji**

**Dra. Betniar Purba, M.Si**  
**NIDN: 012096401**

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Dr. Kornel Munthe, S.E., M.Si**  
**NIDN: 0130096702**

**Ketua Program Studi**



**Dr. Miska Irani Tarigan, S.SOS., M.M**  
**NIDN: 0108108002**



## **ABSTRAK**

### **ADITIA PANAHTAN PURBA, 210110051 (2025) “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. CIPTA NIAGA SEMESTA SUNGGAL DELI SERDANG”**

**Pembimbing: Dra. Betniar Purba, M.si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan 100 responden yang dipilih menggunakan accidental sampling. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SPSS versi 25.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga kualitas produk dan promosi mempunyai pengaruh yang baik secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,697 menunjukkan bahwa 69,7%% minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh harga, kualitas produk dan promosi sedangkan sisanya 30,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya misalnya loyalitas pelanggan, kepercayaan dan kualitas pelayanan.

**Kata kunci :** *Harga, Kualitas Produk,dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.*

## **ABSTRACT**

**ADITIA PANAHTAN PURBA, 210110051 (2025) “THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND PROMOTION ON CONSUMER PURCHASE INTEREST AT PT. CIPTA NIAGA SEMESTA SUNGGAL DELI SERDANG”**

**Advisor: Dra. Betniar Purba, M.Si**

*This research aims to identify and explain the influence of price, product quality, and promotion on consumer purchase interest at PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang. Data were collected through questionnaires, documentation, and interviews. The research employed a quantitative approach with 100 respondents selected using accidental sampling. The data were analyzed using SPSS version 25.00. The findings show that price, product quality, and promotion have a positive and significant influence on consumer purchase interest when examined simultaneously. The coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.697 indicates that 69.7% of consumer purchase interest can be explained by price, product quality, and promotion, while the remaining 30.3% is explained by other factors such as customer loyalty, trust, and service quality.*

**Keywords:** Price, Product Quality, Promotion, Consumer Purchase Interest.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang”** Penulis skripsi ini guna untuk mematuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini telah banyak mendapat bimbingan, dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M. Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, MM** sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Santo Thomas.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE., M.Si**, sebagai Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.
5. Ibu **Dra. Betniar Purba, M.Si** sebagai Dosen Pembimbing penulis yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak **Sarimonang Sihombing, MBA**, sebagai penguji pertama penulis yang telah banyak memberikan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.

7. Bapak **Darwis Tamba, SE., M.Si**, sebagai penguji kedua penulis yang telah banyak memberikan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas yang telah banyak memberikan pengajaran dan pengetahuan kepada penulis.
9. Untuk Kedua Orang Tua Tercintaku Ayah Marinto Purba dan Ibu Herpina Hutauruk sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada ayah dan ibu yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang hanya dapat ku balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia, karna ku sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk kedua orang tuaku yang paling ku cintai terima kasih banyak selama ini banyak memberikan banyak motivasi, selalu mendoakanku, selalu menyirami kasih sayang dan selalu menasehatiku untuk menjadi yang lebih baik.
10. Terimakasih kepada Renata Uli Sihombing, S.E yang telah menjadi bagian penting dalam menyusun skripsi penulis. Terimakasih telah menjadi rumah untuk melepas keluh kesah, segala usaha yang diberikan mulai dari waktu, dukungan, doa dan support dalam proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
11. Kepada diri saya sendiri Aditia Panahatan Purba. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan



dirimu sendiri di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri.

12. Terima kasih kepada tolong menolong sahabat seperjuangan penulis Albert Panggabean Marojahan Sitinjak, Daud Maha, Orlando Sidauruk, Citro Engky Manik yang selalu memberikan semangat, dukungan tiada henti dan bantuan dalam segala hal selama menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada teman-teman angkatan 2021 (Mnj B) terimakasih atas suka dan duka yang telah kita lalui, semoga kita semua menjadi orang yang sukses.

Medan, September 2025

Peneliti

Aditia Panahatan Purba

NPM: 210110051

## DAFTAR ISI

|                                                  |            |
|--------------------------------------------------|------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                             | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                            | <b>ii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                       | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                           | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                        | <b>xi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                        | <b>xii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                    | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                         | 1          |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                   | 6          |
| 1.3 Rumusan Masalah.....                         | 6          |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                      | 7          |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                     | 8          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>              | <b>9</b>   |
| 2.1 Pengertian Pemasaran .....                   | 9          |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran.....                  | 9          |
| 2.2 Harga.....                                   | 10         |
| 2.2.1 Pengertian Harga .....                     | 10         |
| 2.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....                | 11         |
| 2.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Harga..... | 13         |
| 2.4.4 Indikator Harga .....                      | 15         |
| 2.3 Kualitas Produk.....                         | 16         |
| 2.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....           | 16         |



|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk .....     | 17 |
| 2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....                            | 21 |
| 2.4 Promosi .....                                               | 24 |
| 2.4.1 Pengertian Promosi.....                                   | 24 |
| 2.4.2 Bauran Promosi .....                                      | 25 |
| 2.4.3 Tujuan Promosi.....                                       | 28 |
| 2.4.4 Indikator Promosi .....                                   | 29 |
| 2.5 Minat Beli Konsumen .....                                   | 31 |
| 2.5.1 Pengertian Minat Beli Minat beli Konsumen .....           | 31 |
| 2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen .     | 32 |
| 2.5.3 Indikator Minat Beli Konsumen .....                       | 33 |
| 2.6 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen .....           | 35 |
| 2.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen ..... | 36 |
| 2.8 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.....          | 36 |
| 2.9 Kerangka Berpikir.....                                      | 37 |
| 2.10 Hipotesis.....                                             | 39 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                  | 40 |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....                               | 40 |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                                   | 40 |
| 3.3 Operasionalisasi Variabel .....                             | 42 |
| 3.4 Skala Pengukuran Variabel .....                             | 44 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                | 45 |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                                   | 45 |

|                                                                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6.1 Uji Validitas.....                                                                                                    | 45        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                                                                                | 46        |
| 3.7 Persamaan Regresi Linear Berganda .....                                                                                 | 47        |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                  | 47        |
| 3.8.1 Uji Normalitas.....                                                                                                   | 48        |
| 3.8.2 Uji Multikolinearitas .....                                                                                           | 48        |
| 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                                                                          | 49        |
| 3.8.4 Uji Autokorelasi.....                                                                                                 | 49        |
| 3.9 Uji Hipotesis .....                                                                                                     | 50        |
| 3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....                                                                                              | 50        |
| 3.9.2 Uji Simultan (Uji F).....                                                                                             | 50        |
| 3.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                                                                   | 51        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                          | <b>52</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....                                                                                           | 52        |
| 4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal<br>Deli Serdang.....                                               | 52        |
| 4.1.2 Visi dan Misi PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang.                                                           | 53        |
| 4.1.3 Logo PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang .....                                                               | 54        |
| 4.1.4 Struktur PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang ..                                                              | 54        |
| 4.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab .....                                                                                        | 56        |
| 4.2 Deskripsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat<br>Beli Konsumen pada PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal ..... | 58        |
| 4.3 Identitas Responden .....                                                                                               | 60        |



|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4 Tanggapan Responden.....                                                                                            | 61 |
| 4.4.1 Tanggapan Responden Tentang Harga .....                                                                           | 61 |
| 4.4.2 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk .....                                                                 | 63 |
| 4.4.3 Tanggapan Responden Tentang Promosi.....                                                                          | 65 |
| 4.4.4 Tanggapan Responden Tentang Minat Beli Konsumen .....                                                             | 67 |
| 4.5 Hasil Penelitian .....                                                                                              | 69 |
| 4.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial .....                                                               | 69 |
| 4.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan .....                                                              | 73 |
| 4.6 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                             | 75 |
| 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....                                                                               | 80 |
| 4.8 Uji Hipotesis .....                                                                                                 | 82 |
| 4.8.1 Uji Parsial (Uji t).....                                                                                          | 82 |
| 4.8.2 Uji Simultan (Uji F).....                                                                                         | 83 |
| 4.9 Koefisien Determinasi.....                                                                                          | 83 |
| 4.10 Pembahasan.....                                                                                                    | 84 |
| 4.10.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Cipta<br>Niaga Semesta Sunggal.....                              | 84 |
| 4.10.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen<br>PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal.....                    | 85 |
| 4.10.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Cipta<br>Niaga Semesta Sunggal.....                            | 86 |
| 4.10.4 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat<br>Beli Konsumen PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal..... | 87 |

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> | <b>88</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                    | 88        |
| 5.2 Saran.....                          | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             | <b>90</b> |





## DAFTAR TABEL

| Nomor      | Nama Tabel                                                                                                          | Halaman |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1  | Jumlah Penjualan Dan Minat Beli Konsumen MU1-MU5 Pada PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang Tahun 2022-2024. | 4       |
| Tabel 1.2  | Harga Produk MU1-MU5 Pada PT. Cipta Niaga Semesta Sunggal Deli Serdang Tahun 2022-2024.                             | 5       |
| Tabel 1.3  | Harga Produk Pada PT. Sayap Mas Utama Tahun 2022-2024.                                                              | 5       |
| Tabel 3.1  | Operasional variabel                                                                                                | 43      |
| Tabel 3.2  | Instrumen skala likert                                                                                              | 44      |
| Tabel 4.1  | Karakteristik reponden berdasarkan Jenis Kelamin                                                                    | 60      |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Karyawan                                                                   | 60      |
| Tabel 4.3  | Data Instrumen Harga                                                                                                | 61      |
| Tabel 4.4  | Data Instrumen Kualitas Produk                                                                                      | 63      |
| Tabel 4.5  | Instrumen Data Promosi                                                                                              | 65      |
| Tabel 4.6  | Instrumen Data Minat Beli Konsumen                                                                                  | 67      |
| Tabel 4.7  | <i>Case Processing Summary</i>                                                                                      | 69      |
| Tabel 4.8  | <i>Reliability Statistics</i>                                                                                       | 69      |
| Tabel 4.9  | <i>Item Total Statistics</i>                                                                                        | 70      |
| Tabel 4.10 | <i>Case Processing Summary</i>                                                                                      | 70      |
| Tabel 4.11 | <i>Reliability Statistics</i>                                                                                       | 70      |
| Tabel 4.12 | <i>Item Total Statistics</i>                                                                                        | 71      |
| Tabel 4.13 | <i>Case Processing Summary</i>                                                                                      | 71      |
| Tabel 4.14 | <i>Reliability Statistics</i>                                                                                       | 71      |
| Tabel 4.15 | <i>Item-Total Statistics</i>                                                                                        | 72      |
| Tabel 4.16 | <i>Case Processing Summary</i>                                                                                      | 72      |
| Tabel 4.17 | <i>Reliability Statistics</i>                                                                                       | 72      |
| Tabel 4.18 | <i>Item-Total Statistics</i>                                                                                        | 73      |
| Tabel 4.19 | <i>Case Processing Summary</i>                                                                                      | 73      |
| Tabel 4.20 | <i>Reliability Statistics</i>                                                                                       | 74      |
| Tabel 4.21 | <i>Item-Total Statistics</i>                                                                                        | 74      |
| Tabel 4.22 | One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test                                                                                  | 76      |
| Tabel 4.23 | Hasil Uji Multikolinearitas                                                                                         | 77      |
| Tabel 4.24 | Hasil Uji Autokorelasi                                                                                              | 79      |
| Tabel 4.25 | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda                                                                              | 80      |
| Tabel 4.26 | Hasil Uji t                                                                                                         | 82      |
| Tabel 4.27 | Hasil Uji F                                                                                                         | 83      |
| Tabel 4.28 | Hasil Koefisien Determinasi                                                                                         | 84      |

## DAFTAR GAMBAR

|            | <b>Nama Gambar</b>            | <b>Halaman</b> |
|------------|-------------------------------|----------------|
| Gambar 2.1 | Kerangka Berpikir             | 39             |
| Gambar 4.1 | Logo Perusahaan               | 54             |
| Gambar 4.2 | Struktur Organisasi           | 55             |
| Gambar 4.3 | Hasil Uji Normalitas          | 75             |
| Gambar 4.4 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 78             |



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Durianto, Darmadi. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Efektif*. Jakarta; Cetakan Gramedia Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. (2018). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta: CV. Andi.
- Ghozali, Imam. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT inovasi Pratama Internasional.
- Harjadi, Didik, Arraniri, Iqbal. (2021) *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Hasan Ali. (2015), *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS.
- Julianti, S. (2014). *The Art Of Packaging: Mengenal Metode, Teknik, dan Strategi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Diterjemahkan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Keller Kevin Lane.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Selemba Empat.
- Malau, Harman. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Jakarta: Penerbit Alfabeta.



Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.

Priansa (2017), *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Bandung: Pustaka Setia.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Schiffman dan Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Suwandari. (2018). *Indikator minat beli konsumen*. Psikologi pemasaran (hlm. 25). Penerbit Universitas.

## JURNAL

Arianto, Nurmin, and Difa Sabta Ad . "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property". Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. *Jurnal Disrupsi Bisnis* 3.2 (2020).

Hasana, Hilaliatun, and Guruh Fajar Alamsyah. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Realme Di Sampit." *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 8.2 (2023): 85-93.

Pohan, Ilhamsyah, Ambarita Rosmita , dan Hasibuan Nur'ainun . "Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sehat Bakery Sibuluan indah." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi AI Wahsliyah Sibolga*. 1.3 (2023): 66-74.