

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, A., Tannady, H., Ekowati, D., Nawarcono, W., & Pratomo, A. B. (2023). Analisis Peran Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Produk Konveksi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1302–1307. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5274>
- Amar, S., & Riofita, H. (2024). Strategi Harga: Analisis Faktor Penentu dalam Penetapan Harga Produk. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 11(2).
- Amiliana, D. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Dan Penetapan Harga Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Saat Pandemi Covid-19. *Performa*, 7(4), 492–501. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i4.2961>
- Banuera, S. R., & Riofita, H. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dinamis*, 2(1), 14–27.
- Berliantor, O. (2022). STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN OLUME PENJUALAN RDNB JEWELRY. *Skripsi*, 33(1), 1–12.
- Carmo, I. S. do, Marques, S., & Dias, Á. (2022). The Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Promotion Management*, 28(7), 994–1018. <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2054903>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2019). Digital Marketing Excellence. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Daswan, L., Lestari, T. D., Fauzan, Markoni, & Hartini. (2024). PENGARUH E-WOM DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANASUI. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 16(2), 28–37.
- Dewi, L. S., & Falah, A. S. (2022). Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko Besi Bardesi Baja Tasikmalaya). *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 141–149. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i2.12285>
- Diantari, M. A. (2023). STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO PAKAIAN CURGA BUSANA MUSLIM GUNUNGSARI LOMBOK BARAT. In *Skripsi UNIVERSITAS: Vol. VIII* (Issue I).
- Fadilah, N., Tuttoyyibah, N., & Hannah, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Tabungan Emas (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Sidoarjo). *Journal of Social Science and Humanities Research*, 2(2), 110–117. <https://doi.org/10.56854/jsshr.v2i2.284>
- Falika Amanda, D. (2022). Strategi Peningkatan Minat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kerajinan Ukir Kayu Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 1(1), 12–20. <https://doi.org/10.57171/jesi.v1i1.8>
- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A. M., Cahya, B. T., & Sri, D. (2021). *Manajemen*

- Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Issue September 2020). Diandra Kreatif.
- Huda, N., Hulaify, A., Zakiyah, Z., & Komarudin, P. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.155>
- Ibrahim, B. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management Global Edition. In *Preason Education Limited* (Vol. 22).
- Kurniawan, P., Belinda, P. A., & Sari, S. P. (2022). Analisis Strategi Bisnis Konveksi Dewi. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNITA*, 2(1), 1–15.
- Marpaung, O., Purba, D. M., & Maesaroh, S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Fintech Dan Dampaknya Terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 98–106. <https://doi.org/10.37932/ja.v10i1.278>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Praptono, S., & Lestri, S. P. (2024). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN LAPTOP BRAND HP (Studi Pada Konsumen Laptop Merek Dell Di Kota Surabaya). *Majalah Inspiratif*, 10, 1–23.
- Prehatin, F. R., Sari, D. M., Alaeni, S. N., Wahid, S. N., Pratama, F. O., Kurniawan, M. A., & Safitri, U. R. (2025). Pengaruh strategi penetapan harga dan promosi terhadap minat beli konsumen es teh padepokan di boyolali. *KULTURA DIGITAL MEDIA*, 7(1), 19–25.
- Rahmawati, E. D. (2023). *Metodologi penelitian manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Rodhiah, R., Colin, L., Akbar, F., & Mas, R. (2021). STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS USAHA KONVEKSI KEMBANG MAS. *Prosiding SENAPENMAS*, 905. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15118>
- Sudarsono. (2019). BUDAYA ORGANISASI SUDARSONO STAI Denpasar Bali. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(2), 1–13.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian (kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Syarifuddin, D., Suryana., Musafa., Martina, S., & Priyanto, R. (2019). Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan di Villa Kancil Kampoeng Soenda Majalaya. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 225–232.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Tegowati, Martoatmodjo, ganjar W., Kalbuadi, A., Ismail, K., & Idayati, F. (2024). *Penetapan Harga Produk* (Issue May). <https://www.researchgate.net/publication/380632934>
- Wardhana, A. (2024). *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL*.
- Yatminiwati, M. (2019). Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa. In *Widya Gama Press*.

Yuliani, I. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Depok : Rajawali Pers*.
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
<https://doi.org/10.1>