

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P., Maryam, S., & Burhanudin, B. (2020). Budaya, Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Pembelian Batik Di Toko Kawasan Kampung Batik Laweyan. *Jurnal Widya Ganecwara*, 10(4), 1–10. <https://doi.org/10.36728/jwg.v10i4.1221>
- Adullah, T. (2016). Manajemen Pemasaran. In *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Ahdiat, A. (2022). Ini 10 Provinsi yang Punya Produsen Batik Terbanyak. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/10/02/Ini-10-Provinsi-Yang-Punya-Produsen-Batik-Terbanyak,tahun2021,2022>.
- Akhbar, M. A. (2022). *Peluang Pasar: Fashion Batik*. 10, 1–10. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-fashion-batik/>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amal, K., & Hafasnuddin. (2017). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Online Dengan Persepsi Nilai Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Blibli.Com Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 252–266.
- Anabila, E. F., & Susila, I. (2024). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Interest. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(2), 481–490. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i2.2493>
- Annisa, P., & Juwita, H. A. J. (2023). Pengaruh Perceived Price, Perceived Value, dan Social Influence terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(2), 443–453. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.2.18>
- Andi, A. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dengan Pendekatan Metode Keyperformance Indicator (Kpi) Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Penelitian Pt. Sukses Makmur Jaya Kota Makassar)*. 1–87.
- Angelica L, J. (2022). The Effect of Service Quality, Price, and Product on Purchase Intention. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(2), 182–190. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i2.3413>
- Anwar, A. F., Darpito, S. H., & Nurrohim, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, Perceived Price terhadap Niat Beli Survei Pada Generasi Muda Calon Konsumen Produk Thrift di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 327–336. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1422>

- Ariestania, V. R., & Dwiarta, I. M. B. (2020). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Pengguna Vans Sidoarjo. *Majalah Ekonomi*, 25(1), 12–18. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol25.no1.a2446>
- Ariyanti, W., Sari, R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Niat Beli Masyarakat Secara Online. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 10(2), 38–43.
- Bakti, U., Hairudin, H., & Alie, M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118. <https://doi.org/10.59141/comserva.v1i10.135>
- Daniswari, D. (2023). Batik Jawa Barat : Sejarah , Motif , dan Asal. *Kompas.Com*, 10, 1–5.
- Davis, M., & Berlianto, M. P. (2025). The Influence of Influencer Experience, Trustworthiness, Attractiveness, Content Usefulness, Price of Product and Product Quality on Purchase Behaviour in Wardah Cosumers. *Enrichment: Journal of Management*, 14(6), 1056–1067.
- Dewa, R. P., & Untarini, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Fitur Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Sneakers Bata (Studi pada Calon Konsumen Sepatu Sneakers Bata). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 697–707. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10433966>
- Diansyah, D., & Utami, R. (2022). the Influence of Price and Promotion on Purchase Intention in Moderating Consumer Behavior. *Budapest International Research and Critics Institute - Journal*, 5(2), 14994–15008. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5376>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540.
- Ferdian, F. (2024). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dalam Menetapkan Harga Jual Pada CV. MM Undangan Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah* (Vol. 15, Issue 1).
- Fitinline. (2023). *Keistimewaan Batik Bekasi dan Motif-Motif Yang Menjadi Ciri Khasnya*. 1. <https://fitinline.com/article/read/batik-cilacap/>
- Galih, B. (2017). Hari Ini 8 Tahun Lalu, UNESCO Akui Batik sebagai Warisan Dunia Asal Indonesia – KWRI UNESCO | Delegasi Tetap Republik Indonesia untuk UNESCO. *Kwri Unesco*, 2017, 10–13. <https://kwriu.kemdikbud.go.id/berita/hari-ini-8-tahun-lalu-unesco-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-asal-indonesia/>

- Ghozali, P. H. I. (2021). Konsep, Teknik dan aplikasi Menggunakan SMARTPLS 3.2.9. In @2021 Badan Penerbit - Undip (Universitas Diponegoro, Semarang).
- Ginting, A. S. (2023). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Buah Di Pasar Delitua Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*.
- Gunawarman, A. A. (2020). Pengaruh Market Orientation Terhadap Purchase Behaviour Melalui Customer Value Dan Perceived Service Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Upper Class Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2).
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1, 31–48.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hendrawan, H. (2021). *Analisis Swot Dan Stp (Segmentasi, Target, Posisi) Terhadap Srategi Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro - Bunda Culinary*.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kautsar, M., & Pasaribu, L. (2024). The Influence of Price, Product Quality, Product Review on Purchase Intention Framelessplate. *Enrichment: Journal of Management*, 14(5), 956–964.
- Kemdag. (2023). Realisasi Ekspor-Impor Batik Indonesia Periode 2018-2023 (Januari-Maret) Pusat Data dan Sistem Informasi. *Pusat Data Dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan*, 2023, 1–8.
- Khalis, M. S., & Rimawan, M. (2022). the Effect of Consumer Behavior on Purchase Interest in Bogasari Martabak Products in Bima City. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 6(1), 108–115. <https://doi.org/10.26618/profitability.v6i1.6959>
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. In Jakarta: PP Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 17-th Global Edition. In New York: Pearson Education Limited.
- Lestari, M., & Nuvriasari, A. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko , Customer Value

dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion Heuvel Tribe di Yogyakarta. *HEMAT: Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*, 2(1), 671–682.

Levrini, G. R. D., & Dos Santos, M. J. (2021). The influence of price on purchase intentions: Comparative study between cognitive, sensory, and neurophysiological experiments. In *Behavioral Sciences* (Vol. 11, Issue 2). <https://doi.org/10.3390/bs11020016>

Lutfi, A. (2019). *Strategi Pemasaran*. 34.

Nurainun, Rasyimah, & Heriyana. (2018). Analisa Industri Batik di Indonesia. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 124–135.

Oktaviari, K. G., Gama, A. W. S., & Kusuma, I. G. A. E. T. (2023). The Mediating Role of Purchase Intention on the Effect of Product Quality and Price Fairness on Purchasing Decisions. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 366–378. <https://doi.org/10.23887/jia.v8i2.66966>

Pradipta, A. N. A., Daniswara, B. N., Tahera, K. R., Putri, N. A. Z. E., & Dewi, P. C. (2021). Eksistensi Batik Fashion Streetwear. *Jurnal Wibhakta*, 1(2). Retrieved from <https://jurnal-dikpora.jogjaprovo.go.id/murid/index.php/wibhakta/article/view/7>

Prasetyo, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang). *Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 1–3.

Puji, P. M., Della Saputri, Aprianti, Devi Arisandi, Putri Wahyu Ikasanti, & Tri Wahyuni. (2021). Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 91–102. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.370>

Putra, A. R., Arifin, S., Jahroni, J., Munir, M., Darmawan, D., Mardikaningsih, N., & Sinambela, E. A. (2022). Studi Tentang Perilaku Pembelian Rumah Tipe 36 di Kabupaten Sidoarjo yang Ditinjau dari Faktor Harga, Lokasi dan Promosi. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik (JUPRIT)*, 1(3), 68–83. <https://doi.org/10.55606/juprit.v1i3.658>

Rangkuti, F. (2018). Riset Pemasaran. In *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*, 1997 | Cetakan Ke-8 Februari 2018.

Rizqy, M. Y., & Ridanasti, E. (2024). Pengaruh Niat Membeli Online terhadap Perilaku Pembelian Online akun Netflix Di-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Universitas Islam Indonesia*, 2(8), 770–780.

Roscoe, J. T. (1975). *Fundamentals of experimental psychology* (2nd ed.). New York: Academic Press.

Sherly, S., & Ruswanti, E. (2024). The Influence of EWOM Dimensions,

- Purchase Intention on Buying Behavior in Women's Clothing Products in Java Island. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(3), 1322–1331. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i3.1052>
- Shyreen A, N., Astuti, D., & Noviyanti, D. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian: Minat Konsumen, Harga dan Kualitas Produk (Literature Review MSDM). *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 540–551. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Soeganda, V. D. P. (2021). Pengaruh Perkembangan Mode Terhadap Penggunaan Batik pada Remaja. *Folio*, 2(1), 33–38.
- Sugiyono, P. D. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Edisi 2|Cetakan Ke-29, Februari 2022. In *@2022, Penerbit Alfabeta, Bandung*.
- Sukma, A., Hermina, N., & Novan, D. (2020). Pengaruh Produk, Distribusi Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk Umkm Binaan Kadin Jabar Pada Situasi Covid-19. *Manners*, 3(2), 91–102. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/manners/article/view/355>
- Supriadi, E., Larashati, I., Dwiyana, A., Jannah, A., & Herawati, O. (2023). Impact of Price and Promotion on The Consumer's Buying Behavior in The Metropolitan Region of Bandung. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 119–128. <https://doi.org/10.55208/bistek.v16i1.385>
- Tamtama, Y. (2024). *Pengaruh Customer Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Terhadap Buying Decision Pembelian*. 15(1), 37–48.
- Tjiptono, F. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa (teori dan praktik). In *Jakarta: Salemba Empat*.
- Triatmaja, I. N. A., & Ekawati, N. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Smartphone Oppo. *E-Jurnal Manajemen*, 12(4), 412–434.
- Wafi, I. S. (2022). Pengaruh Niat Beli Barang Mewah Terhadap Perilaku Pembelian Pada Generasi Z. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management*, 1(01), 16–31.
- Wijaya, A. (2021). Ilmu Manajemen Pemasaran ; Analisis Dan Strategi. *Yayasan Ki*.
- Wijayanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali. *Jurnal Economina*, 1(3), 452–465. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.103>
- Yunovirul, Dwi. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1), 341-349. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2192>

Zhao, H., Yao, X., Liu, Z., & Yang, Q. (2021). Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in a Mediating Role. *Frontiers in Psychology*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.720151>