

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim. (2018). *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit Di Kecamatan Segah*. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.54526/jes.v3i2.8>
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. PT.Rajagrafindo Persada.
- Adi Setiadi. (2015a). *Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Lenovo (Studi Pada Pengguna Smartphone)*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Adi Setiadi. (2015b). *pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Lenovo (Studi Pada Pengguna Smartphone Lenovo di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau)*.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. AE. Publishing.
- Adler, Ronald B & Rodman, G. (2010). *Understanding Human Communication*. Erlangga.
- Agustin Dwi Carissa, M. T. (2016). *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(1), 118.
- Agustinus Rangga Respati, A. M. P. (2022). *KemenkopUKM Sebut Fesyen dan Kuliner Penyumbang Terbesar Ekonomi Kreatif*. Kompas.Com.
- Ahmad, S. (2010). *Marketing In Business. edisi pertama, cetakan pertama*. Mitra Wacana Media.
- Aldina Shiratina, P. A. (2017). *PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAIN RAJUT*. 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jurisma.v7i1.472>
- Annur, C. M. (2023). *Ini Produk yang Banyak Dibeli Pengguna PayLater saat Belanja Online*. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/23/ini-produk-yang-banyak-dibeli-pengguna-paylater-saat-belanja-online>
- Arfah Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produksi*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Armstrong, Gary. 2017. *Marketing: An Introduction*. Toronto. Pearson

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Danang Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- E. Dwi Etika, S. Cindy Pratiwi, D. Megah Purnama Lenti, and D. R. Al, & Maida. (2021). *Peran Mahasiswa Kampus Mengajar Angkatan 2 Dalam Adaptasi Teknologi Di Sdn Dawuhan Sengon 2*. 1(4).
- Engel, Blackwell, dan M. (1994). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Fadila, Dewi; Lestari, S. (2013). *Perilaku konsumen*. Palembang: Citra Books Indonesia.
- FAHMI, M. H. (2019). *PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DISTRO KAOS MIKO KOTA DUMAI*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Firdaus, F. dkk. (2015). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Griffin, Ricky W. 2010. *Management*. Cengage Learning
- Hasibuan. (2015). *Dasar-dasar Manajemen*. Edisi Revisi. *Jakarta: PT. Bumi Aksara*.
- Hasibuan, M. S. . (2014). *Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia , Fungsi SDM , Pengawasan*. Edisi Revisi. Bumi Aksara.
- Jaya, I. (2019). *Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*. Prenadamedia Group.
- Koontz, Harold. 2020. *Essentials of Management*. India. McGraw Hill Education
- Kotler, P. dan K. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*. Erlangga.
- Kusumastuti, A., khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Marshall, Greg. 2023. *Marketing Management*. Mc Graw Hill.
- Miauw, K. Y. H. (2016). *MOTIVASI KONSUMEN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WILD*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5).

- Muhamad Fajar Maulana, Nawangsih Nawangsih, R. B. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3*. 1(3).
- Muhfizar, Saryanto, Andria, Mohammad ruduyanto, Fitri nasution, N., & yuan, Novia, Ria, Aditya, H. dan A. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Media Sains Indonesia.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Oseven, Eagle. 2022. *Marketing 5.0: Teknologi untuk Kemanusiaan*. Pinang.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. PusakaSetia.
- Purwanto. (2014). *Evaluasi Hasil belajar*. Pustaka Pelajar.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal*. Yogyakarta : ETD UGM.
- Sarinah, dan M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Deepublish Publisher.
- Silva, P. M. (2017). *Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi*. 5(3).
- Siti Kumala Dewi, Pamasang S. Siburian, H. I. (2017). *Pengaruh motivasi konsumen, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian*. 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jmmn.v9i2.2479>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sumiati. (2014). *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap*

Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya. 1(2).

Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran JasaPrinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.

Widina. (2020). *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya di Era Digital. Cetakan Pertama*. Bhakti Persada.

Wijaya, W. (2017). *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap kepuasan Konsumen di Yoshinoya galaxy mall Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.