

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Adi, R. (2004). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit.
- Ansori, M., & Iswati, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif* Surabaya: Airlangga University Press.
- Badriyah, A. Z. (2015). Pengaruh Motivasi Konsumen, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Pada Counter Iwan Cell Kertosono Skripsi. *Artikel Ekonomi Manajemen*, 1-13. Diperoleh pada 26 Desember 2020, dari http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/11.1.02.02.0016.pdf
- Bakry, U. S. (2016). *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Deepublish
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2008). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku konsumen*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Darmanto, Wardaya, S., & Dwiyani, T. (2015). *Bauran Orientasi Strategi Dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Anteseden, Moderasi Dan Mediasi Dalam Penelitian Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2017). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 105-110. Diperoleh pada 27 Desember 2020, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/229017692.pdf>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi
- Edison, A. (2015). *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. Bandung Universitas Widyatama.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Hadiya, Z., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2019). Effect of Image and Attitude toward Decisions to Purchase Motor Vehicle Insurance Products through Motivation as an Intervening Variable in PT. Asuransi Bangun Askrida Medan Branch. *International Journal of Research & Review*, 6(8), 297-311. Diperoleh pada 27 Desember 2020, dari <https://www.academia.edu/download/63605134/IJRR004120200612-3279-fz5x8n.pdf>
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319-324. Diperoleh pada 27 Desember 2020, dari <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lanipi, Y., Tumbuan, W. J., & Palandeng, I. D. (2017). Analisis Pengaruh Faktor-faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Konsumen Pasar Pinasungkulan Karombasan Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2). Diperoleh pada 28 Desember 2020, dari <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16635>
- Lestari, D. A., & Tiarawati, M. (2020). The Effect of Hedonic Motivation and Consumer Attitudes Towards Purchase Decision on K-Pop CD Albums (Study on KPOPSURABAYA Community). *THE SPIRIT OF SOCIETY JOURNAL*, 3(2), 66-72. Diperoleh pada 26 Desember 2020, dari <https://doi.org/10.29138/scj.v3i2.1084>
- Lubis, Z., Setiyawan, H., & Mukhadiroh, L. (2019). The Effect Of Consumer Motivation, Quality Perception, And Consumer Attitude To The Decision Of Purchase Of Honda Brand Motorcycle in Lamongan district. *Jurnal Mantik*, 3(3), 157-161. Diperoleh pada 26 Desember 2020, dari <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik>
- Maryati, K., & Suryawati, J. (2001). *Sosiologi*. Jakarta: Esis.

- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Nainggolan, N. P., & Anano, M. (2019). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jaringan Internet Pada Pt Telekomunikasi Indonesia Di Kota Batam. *JURNAL AKUNTANSI BARELANG*, 4(1), 96-105. Diperoleh pada 29 Desember 2020, dari <https://doi.org/10.33884/jab.v4i1.1450>
- Nawangsih, Ifa, K., & Ariyono, K. Y. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rachibini, W., Rachibini, D. J., Santoso, N., Prayitno, H., & Khumaedi, E. (2020). *Metode Riset Ekonomi & Bisnis, Analisis Regresi-SPSS & SEM-Lisrel*. Jakarta: INDEF.
- Rahmawati, A. F. D. (2020). *Pengaruh Electronics Word Of Mouth dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee pada Kalangan Masyarakat Lumajang*. (Skripsi Tidak Dipublikasikan), STIE Widya Gama Lumajang.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Konteporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soetjipto, M. N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*. Yogyakarta: K-Media.
- Somantri, B., & Larasati, G. C. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(8), 497-506. Diperoleh pada 29 Desember 2020, dari <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i8.1544>

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syafril. (2019). *Mengapa Memilih Pembiayaan Bank Syariah*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Warnadi, & Tritono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wulandari, R., Sanni, M. I., & Ramadhan, D. (2019). Analisa Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor PT. Yamaha Indonesia MFG. *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 5(2), 188-203. Diperoleh pada 29 Desember 2020, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/285996329.pdf>
- Yuliantari, K., Oktiani, N., & Widayati, K. D. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.