

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian beras organik di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 2581-2165.
- Alam, S. S., & Sayuti, N. M. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20. doi: 10.1108/10569211111111676
- Anuwichanont, J., & Rajabhat, S. D. (2011). The Impact of Price Perception on Customer Loyalty in the Airline Context. *Journal of Business & Economics Research*, 9(9), 37-50.
- Apriliani, E. P., & Murwatiningsih. (2013). Pengaruh Risiko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 184-191.
- Awalia, N. (2020). 10 Kuliner khas Lumajang, dijamin bikin nagih.
- Budiyanto, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Desain Produk dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *J(1)*, 1-11.
- Dewi, L. E., Herawati, N. T., & Sulindawati, L. G. E. (2015). Analisis Pengaruh Nim, Bopo, Ldr, dan Npl terhadap Profitabilitas (Studi Kasus pada Bank Umum Swasta Nasional yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). *e-Journal SI Ak. Universitas Pendidikan Ganesha*, 3(1). doi: <http://dx.doi.org/10.23887/jimat.v3i1.4752>
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1214-1224.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17-32. doi: <http://dx.doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ferdinand, A. (2014). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen* (5 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdausi, I. (2016). *Pengaruh Inovasi Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe dengan Menu Unik (Studi Kasus pada Cafe Tombo Ngelak Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Gajjar, D. N. B. (2013). Factors Affecting Consumer Behavior. *RET Academy for International Journals of Multidisciplinary Research (RAIJMR)*, 1(2), 10-15.
- Indrawijaya, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Roti Manis pada Industri Kecil di Kabupaten Sarolangun. *Mankeu*, 1(3), 193-208.
- Joel, G., Massie, J. D. D., & Sepang, J. L. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1463-1472.
- Jumba, M. K., Hadayani, & Howara, D. (2015). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Mengonsumsi Jenis Produk Banua Cokelat pada Industri Sa'adah Agency di Kota Palu. *e-J. Agrotekbis*, 3 (6), 731-738.
- Karam, A. A., & Saydam, S. (2015). An Analysis Study of Improving Brand Awareness and its Impact on Consumer Behavior Via Media in North Cyprus (a Case Study of Fast Food Restaurants). *International Journal of Business and Social Science*, 6(1), 66-80.
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. 3(2).
- Khoirinnisa, E., Gumilar, I., & Nurhayati, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga (Studi Kasus di CV. Bening Jati Anugrah, Kabupaten Bogor). *Jurnal Perikanan Kelautan*, VII(1), 66-74.
- Kim, H.-W., Xu, Y., & Gupta, S. (2012). Which is more important in Internet shopping, perceived price or trust? *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(3), 241-252. doi: 10.1016/j.elerap.2011.06.003
- Kostadinova, E. (2016). Sustainable Consumer Behavior : Literature Overview. *Economic Alternatives*(2).
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32. doi: 10.9744/pemasaran.7.4.25-32
- Limbu, Y. B., Wolf, M., & Lunsford, D. (2012). Perceived Ethics of Online Retailers and Consumer Behavioral Intentions. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 6(2), 133-154. doi: 10.1108/17505931211265435

- Lumajang, K. (2020). Dijamin Bikin Nagih, Ini 5 Makanan Khas Lumajang, Ada Pecel Telo yang Wajib Anda Coba. Retrieved 9 Agustus 2020
- Marbun, D., Priyono, B. S., & Suryanti, M. (2015). Analisis Persepsi, Sikap dan Perilaku Konsumen terhadap Pancake Durian (Studi Kasus : Pancake Durian Produksi Celebrity Pancake). *AGRISEP*, 15(2), 215 - 226.
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40-46.
- Marpaung, E. I. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi terhadap Kualitas Laba. *JAFTA*, 1(1), 1-14. doi: <https://doi.org/10.28932/jafta.v1i1.1524>
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 2336-2346.
- Moschis, G. P., & Ong, F. S. (2011). Religiosity and Consumer Behavior of Older Adults: A Study of Subcultural Influences in Malaysia. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(1), 8-17. doi: 10.1002/cb.342
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU DAN CALL FOR PAPERS UNISBANK KE 3*, 755-762.
- Nuromavita, I., & Soliha, E. (2016). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Perpindahan Merek Sepeda Motor Yamaha ke Honda. *Unisbank Semarang*, 681-691.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2380-2406.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Yogyakarta: Azyan Mitra Media.
- Pinontoan, W. (2013). Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 192-201.

- Priatna, A., & Suprajang, S. E. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan. *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 1(1), 37-51.
- Putra, M. C. S. D., & Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1674-1700.
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi pada Konsumen Kendaraan Daihatsu di Pt. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 105-111.
- Rasyid, H. A., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, XVI(1), 39-49.
- Rawung, D. R., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. S. B. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 1298-1308.
- Risanty, R. D., & Sopiyan, A. (2017). Pembuatan Aplikasi Kuesioner Evaluasi Belajar Mengajar Menggunakan Bot Telegram pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta (Ft-Umj) dengan Metode Polling. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi*, 1-9.
- Safitri, N., Firmansyah, H., & Ferrianta, Y. (2020). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Bunga Segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura, Kabupaten Banjar. *Frontier Agribisnis*, 1(4), 26-33.
- Sanusi. (2011). *Metode penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Online Produk *Fashion* pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 291-197.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748-5782. doi: 10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p19

- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang *Jurnal Orasi Bisnis*, VIII, 12-19.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 23-36.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukaatmadja, P. G., Putra, K. T. E., & Yasa, N. K. (2016). Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik dikota Denpasar Berdasar Theory of Planned Behavior. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(8), 2609-2638.
- Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara Xi (Persero). *JEAM*, XII(1), 64-79.
- Suprpti, W. S., & Dewi, S. A. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek (Studi pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2), 87-98. doi: 10.24843/MATRIK:JMBK.2018.v12.i02.p01
- Suroso, B. H., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1174-1185.
- Syafirah, Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 245 - 255.
- Umadji, N., Lopian, S. L. H. V. J., & Jorie, R. J. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Roti di Bread Factory. *Jurnal EMBA*, 7 (4), 6086-6095.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 1073-1085.

- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *I*(1), 23-39.
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik). *Jurnal Ilmu Manajemen*, *1* (2), 388-401.
- Yulian, L. (2010). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

