

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta. 2020. *Perilaku Konsumen*.
- Agustian. 2013. "Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang." *Seminar Nasional Informatika 2013 (semnasIF)*: 270–75.
- Algifari. 2015. *Metode Penelitian*.
- Amelisa, Lisa, Sepris Yonaldi, and Mayasari Hesti. 2016. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEBELIAN GULA TEBU (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok)." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 7 (3): 1–4.
- Anwar, Iful, and Budhi Satrio. 2015. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 4 (12): 15 Of 15.
- Atmodjo. 2012. "Perilaku Konsumen."
- Awada, Lana, and Amalia Yiannaka. 2012. "Consumer Perceptions and the Effects of Country of Origin Labeling on Purchasing Decisions and Welfare." *Food Policy* 37 (1): 21–30. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2011.10.004>.
- Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran*.
- Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2018a. *PERILAKU KONSUMEN*. <https://www.researchgate.net/publication/329587407>.
- . 2018b. *Perilaku Konsumen*.
- Galingging, AR. 2016. *No Title*.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™s Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (4): 1465–73. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2923>.
- Harys. 2020. "Penelitian Terdahulu: Manfaat, Maksud Dan Cara Membuat." 2020. <https://www.jopglass.com/penelitian-terdahulu/>.

- Hayati, Rina. 2021. “√ 5 Pengertian Kerangka Berpikir Menurut Para Ahli | PenelitianIlmiah.Com.” 2021. <https://penelitianilmiah.com/pengertian-kerangka-berpikir-menurut-para-ahli/>.
- Helly, H, and H Budhi. 2013. “Analisis Pengaruh Persepsi Prestise, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Citra Merek, Citra Negara Asal Terhadap Niat Pembelian Produk Asing Yang Dimediasi Sikap Dan Variabel Customer’s Ethnocentrism Helly H. & Budhi H.” *Marketing Intelligence & Planning* 12: 23–40.
- Heri, Nur Anto. 2018. “Model Perilaku Konsumen Philip Kotler.” 2018. <https://dindingkota.co/model-perilaku-konsumen-philip-kotler/>.
- Hermawan, Hadi Pratama. 2020. “PENGARUH MATERIALISME, PRESTISE DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BOSS’A BISTRO & CAFÉ TEGAL.” In , 24.
- Hery. 2019. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Edited by Gun and Didy. PT Grasindo.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, et al. 2017. *Perilaku Konsumen*. Vol. 5. www.penerbitwidina.com.
- Juairiah, Juairiah, Genot Agung Busono, and Deni Fadeli. 2019. “Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Online Di Sungai Lilinmusi Banyuasin.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 6 (2): 164. <https://doi.org/10.32502/jimn.v6i2.1587>.
- Kodu, Sarini. 2013. “HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA,” 1251–59.
- Kotler, Phillip. 2012. “Kotler P. Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Pearson Educ Int. 2012.” *Pearson Education International*.
- Kotler, Phillip, and Gary Armstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- . 2014. *Consumer Behavior*.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Principles Of Marketing Kotler 14th Edition Pearson*. Pearson Education Limited, Essex, England.
- . 2016. *Marketing Management*.
- Kumbara, Vicky Brama. 2021. “DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK , DESAIN PRODUK” 2 (5): 604–30.

- Kurniawati, Desi. 2021. "PENGARUH PERILAKU HEDONIS DAN PRESTISE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG BRANDED BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Barang Branded Di Bandar Lampung)." *Skripsi*.
- Kustiani, Rini. 2018. "Psikolog: 4 Alasan Orang Terapkan Gaya Hidup Mewah Demi Gengsi." 2018.
- Kusuma, Ela Putri. 2021. *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Mineral Aqua Di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang*.
- Kusumastuti, Aulia Ratri dan Djoko Setyabudi. 2018. "Hubungan Brand Image, Brand Prestige, Lifestyle, Dan Social Influence Dengan Keputusan Pembelian Produk Tiruan Merek Chanel," 1–12.
- Lalamove. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Barang." 2020. <https://www.lalamove.com/id/blog/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen>.
- Mantik, Ardy F., Lisbeth Mananeke, and Hendra Tawas. 2015. "MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KFC MEGAMALL MANADO." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3 (1): 378–87. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7117>.
- Moly, Vivi Alvionita. 2014. "PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA" 2 (2): 78–84.
- Nafilah. 2012. *Perilaku Konsumen*.
- Oktavenia, Kadek Ayuk Riska, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8 (3): 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>.
- Pane. 2018. *Metode Penelitian*.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistiyani. 2021. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. 3rd ed.
- Pratama, Franky Ade Putra. 2021. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP INSTANT (STUDI KASUS PADA IBU-IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN LUMAJANG)."

- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*.
- Putri, Kenanga Tri. 2020. “Pengaruh Budaya Follower, Life Style, Dan Prestise Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Putri, Olivia Safrina Dwi, and Joko Samboro. 2021. “PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU CONVERSE.” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 229–33. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/527>.
- Rohmat, Bangkit. 2019. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PROVIDER (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Indosat Ooredoo Di Kota Magelang)*.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*.
- Sanjaya, and Hidayat. 2018. *Metode Penelitian*.
- Setiawan, Donny, and Imroatul Khasanah. 2016. “Analisis Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk Surat Kabar Suara Merdeka Pada Masyarakat Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 5: 1–11.
- Shiratina, Aldina, and Pipit Afiatun. 2017. “Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut (Studi Kasus Pada CV.Sinar Agung).” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* VII (1): 90–108.
- Siregar. 2015. *Metode Penelitian*.
- Siyoto, and Sodik. 2015. *Metode Penelitian*.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Edited by CV.PUSTAKA ABADI. Jember.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian*.
- . 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*.
- . 2019. *Metode Penelitian & Pengembangan R&D*.
- Suryani, and Hendrayadi. 2015. *Metode Penelitian*.
- Suryani, and Hendyadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*.
- Weenas, Jackson. 2013. “Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed

Comforta.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (4): 607–18. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>.

Wibowo, Alvina Fajar, and Eko Suseno hendro Riyadi. 2017. “Pengaruh Gaya Hidup, Prestise Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang).” *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, no. ISBN : 978-602-361-067-9: 97–113.

Widoyoko. 2014. *Metode Penelitian*.

Yamit. 2017. *Manajemen Pemasaran*.

Yati, and Sukotjo. 2016. *Metode Penelitian*.

Yulianti, Farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Sleman.

Agusta. 2020. *Perilaku Konsumen*.

Agustian. 2013. “Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang.” *Seminar Nasional Informatika 2013 (semnasIF)*: 270–75.

Algifari. 2015. *Metode Penelitian*.

Amelisa, Lisa, Sepris Yonaldi, and Mayasari Hesti. 2016. “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEBELIAN GULA TEBU (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok).” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 7 (3): 1–4.

Anwar, Iful, and Buhdi Satrio. 2015. “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 4 (12): 15 Of 15.

Atmodjo. 2012. “Perilaku Konsumen.”

Awada, Lana, and Amalia Yiannaka. 2012. “Consumer Perceptions and the Effects of Country of Origin Labeling on Purchasing Decisions and Welfare.” *Food Policy* 37 (1): 21–30. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2011.10.004>.

Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran*.

Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*.

Firmansyah, Muhammad Anang. 2018a. *PERILAKU KONSUMEN*.

<https://www.researchgate.net/publication/329587407>.

———. 2018b. *Perilaku Konsumen*.

Galingging, AR. 2016. *No Title*.

Haryanto, Resty Avita. 2013. “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™S Manado.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (4): 1465–73. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2923>.

Harys. 2020. “Penelitian Terdahulu: Manfaat, Maksud Dan Cara Membuat.” 2020. <https://www.jopglass.com/penelitian-terdahulu/>.

Hayati, Rina. 2021. “√ 5 Pengertian Kerangka Berpikir Menurut Para Ahli | PenelitianIlmiah.Com.” 2021. <https://penelitianilmiah.com/pengertian-kerangka-berpikir-menurut-para-ahli/>.

Helly, H, and H Budhi. 2013. “Analisis Pengaruh Persepsi Prestise, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Citra Merek, Citra Negara Asal Terhadap Niat Pembelian Produk Asing Yang Dimediasi Sikap Dan Variabel Customer’s Ethnocentrism Helly H. & Budhi H.” *Marketing Intelligence & Planning* 12: 23–40.

Heri, Nur Anto. 2018. “Model Perilaku Konsumen Philip Kotler.” 2018. <https://dindingkota.co/model-perilaku-konsumen-philip-kotler/>.

Hermawan, Hadi Pratama. 2020. “PENGARUH MATERIALISME, PRESTISE DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BOSS’A BISTRO & CAFÉ TEGAL.” In , 24.

Hery. 2019. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Edited by Gun and Didy. PT Grasindo.

Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, et al. 2017. *Perilaku Konsumen*. Vol. 5. www.penerbitwidina.com.

Juairiah, Juairiah, Genot Agung Busono, and Deni Fadeli. 2019. “Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Online Di Sungai Lilinmusi Banyuasin.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 6 (2): 164. <https://doi.org/10.32502/jimn.v6i2.1587>.

Kodu, Sarini. 2013. “HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA,” 1251–59.

Kotler, Phillip. 2012. “Kotler P. Marketing management/Philip Kotler, Kevin

- Lane Keller. Pearson Educ Int. 2012.” *Pearson Education International*.
- Kotler, Phillip, and Gary Armstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- . 2014. *Consumer Behavior*.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Principles Of Marketing Kotler 14th Edition Pearson*. Pearson Education Limited, Essex, England.
- . 2016. *Marketing Management*.
- Kumbara, Vicky Brama. 2021. “DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK , DESAIN PRODUK” 2 (5): 604–30.
- Kurniawati, Desi. 2021. “PENGARUH PERILAKU HEDONIS DAN PRESTISE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG BRANDED BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Barang Branded Di Bandar Lampung).” *Skripsi*.
- Kustiani, Rini. 2018. “Psikolog: 4 Alasan Orang Terapkan Gaya Hidup Mewah Demi Gengsi.” 2018.
- Kusuma, Ela Putri. 2021. *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Mineral Aqua Di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang*.
- Kusumastuti, Aulia Ratri dan Djoko Setyabudi. 2018. “Hubungan Brand Image, Brand Prestige, Lifestyle, Dan Social Influence Dengan Keputusan Pembelian Produk Tiruan Merek Chanel,” 1–12.
- Lalamove. 2020. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Barang.” 2020. <https://www.lalamove.com/id/blog/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen>.
- Mantik, Ardy F., Lisbeth Mananeke, and Hendra Tawas. 2015. “MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KFC MEGAMALL MANADO.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3 (1): 378–87. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7117>.
- Moly, Vivi Alvionita. 2014. “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA” 2 (2): 78–84.
- Nafilah. 2012. *Perilaku Konsumen*.
- Oktavenia, Kadek Ayuk Riska, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2018.

“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediiasi.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8 (3): 1374.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>.

Pane. 2018. *Metode Penelitian*.

Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistiyan. 2021. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. 3rd ed.

Pratama, Franky Ade Putra. 2021. “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP INSTANT (STUDI KASUS PADA IBU-IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN LUMAJANG).”

Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*.

Putri, Kenanga Tri. 2020. “Pengaruh Budaya Follower, Life Style, Dan Prestise Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.

Putri, Olivia Safrina Dwi, and Joko Samboro. 2021. “PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU CONVERSE.” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 229–33. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/527>.

Rohmat, Bangkit. 2019. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PROVIDER (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Indosat Ooredoo Di Kota Magelang)*.

Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*.

Sanjaya, and Hidayat. 2018. *Metode Penelitian*.

Setiawan, Donny, and Imroatul Khasanah. 2016. “Analisis Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk Surat Kabar Suara Merdeka Pada Masyarakat Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 5: 1–11.

Shiratina, Aldina, and Pipit Afiatun. 2017. “Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut (Studi Kasus Pada CV.Sinar Agung).” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* VII (1): 90–108.

Siregar. 2015. *Metode Penelitian*.

Siyoto, and Sodik. 2015. *Metode Penelitian*.

- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Edited by CV.PUSTAKA ABADI. Jember.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian*.
- . 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*.
- . 2019. *Metode Penelitian & Pengembangan R&D*.
- Suryani, and Hendrayadi. 2015. *Metode Penelitian*.
- Suryani, and Hendyadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*.
- Weenas, Jackson. 2013. “Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (4): 607–18. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>.
- Wibowo, Alvina Fajar, and Eko Suseno hendro Riyadi. 2017. “Pengaruh Gaya Hidup, Prestise Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang).” *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, no. ISBN: 978-602-361-067-9: 97–113.
- Widoyoko. 2014. *Metode Penelitian*.
- Yamit. 2017. *Manajemen Pemasaran*.
- Yati, and Sukotjo. 2016. *Metode Penelitian*.
- Yulianti, Farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Sleman.