

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Adisaputro, Gunawan. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta.
- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2019). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 38–44.
- Agustin, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Traveloka (Studi pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang)*.
- Ali Afri, A. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Crf Pada Pt. Sinar Sentosa Jambi (Studi Kasus Di Kota Jambi)* (Doctoral Dissertation, Universitas Batanghari).
- Amanah, A. (2021). Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk - Produk Bear Brand. *Repository STEI. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 2013, 28.
- Anggraeni, D. (2021). *Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dan Samsung Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 1–49.
- Apriliani, E. D. (2020). *Pengaruh Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*. 1-100
- Arest.web.id. Profil PT Uwinfly Indonesia Industries (U-Winfly). <https://arest.web.id/content/pt-uwinfly-indonesia-industries-u-winfly>
- Bangsawan, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil Kasus Industri Pengolahan Makanan dan Ritel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Carolina, F. A. (2017). Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Dalam Perspektif Teknologi Acceptance Model. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dahayu. (2020). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Akrilik Pada "UKM Tekat Tiga Dara" Pekanbaru*

*Menurut Ekonomi Islam.* 1-115

- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <http://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Fauzi, Ahmad.,*et.al.* (2022). *Metodologi Penelitian*. CV Pena Persada: Banyumas.
- Firmansyah, S. I. A., Musringah, & Nawangsih. (2018). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIS Syarifuddin Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2), 133–142.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. *Prosiding SEMNASLIT*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/11027>
- Hardani., *et.al.* (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV.Pustaka Ilmu: Yogyakarta.
- Hidayati, F., Ermawati, E., & Irwanto, J. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Brand Aulia Fashion (Studi Kasus Pada Warga Kec. Padang-Lumajang). *Journal of Organization and Business Management*, 63–70.
- Hutabarat, manullang dan. (2016). Pengaruh Brand Trust , Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 8–30. <http://eprints.umpo.ac.id/5839/3/BABII.pdf>
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press: Surabaya.
- Irda, Rosha, Z., & Titipan, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52.
- Khotimah, W. N., Setyobakti, M. H., & Kasim, K. T. (2022). Pengaruh Persepsi Harga , Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online melalui Shopee ( Studi Kasus pada Konsumen Erigo di Kota Kraksaan ). *Journal of Organization and Business Management*, 5(1), 23–30.

- Kotler, P. (1985). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: CV Intermedia.
- Kumara, I. N. S. (2022). *Status Perkembangan Sepeda*. February. <https://doi.org/10.24843/SPEKTRUM.2021.v08.i04.p2>
- Kurniawan, Gogi. (2017). Peran Word Of Mouth, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Pada Pengrajin Kampoeng Batik Jetis-Sidoarjo. *Mitra Sumber Rejeki* : Surabaya.
- Maindoka, L. F., Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1518–1527.
- Marissa G. H.F., Ahmad S. I., dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, Dan Implementasi*. Pascal Books : Tangerang Selatan.
- Marunduri, F. F., Ato'illah, M., Jariah, A., Widya, S., & Lumajang, G. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 29–33. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm%7C29>
- Millatina, A. N., Hamidah, S., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom ( Electronic Word Of Mouth ) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian Konten Sosial Media Yang Sering di Kunjungi. *Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 5 No. 1 Januari 2020*, 5(1), 101–115.
- MM, P. (2018). Pemasaran Produk. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang.*, 16(1), 9–30. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i1.143>
- Munalifah, Jariah, A., & Irwanto, J. (2021). Pengaruh Iklan, Harga dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Pengguna KAI Access di Kota Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 3(4), 146–155.
- Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>
- Muzhiroh. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat). *Jurnal Ecodemica*, 25-30, 35. <http://repository.stei.ac.id/1537/>
- Noor, C. K. putri dan trisna insan. (2016). Faktor Promosi. *Analisis Pendapatan*

*Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani*, 53(9), 1689–1699.

- Paramita.,*et.al.* (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press: Lumajang.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Pratiwi, Y. R. (2017). Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4(2), 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/131784-ID-pengaruh-word-of-mouth-communication-ter.pdf>
- Pribadi, P. F., & Wilujeng, S. (2014). *Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic*. 5655.
- Rahayu, P. (2017). *Pengaruh Karakteristik Individu Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Angkasa Pura Di Bandar Udara Yogyakarta Internasional Airport*. 35–43.
- Rama. (2019). *Metode Penelitian*. 34–47.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A.A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish: Yogyakarta.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis III (SNMB3)*, 94–101.
- Sitompul, S. C., & Jusuf Hariyanto, M. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga BEkasi Barat). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesi*, 1–13.
- Sugiyono. (2014). Efektifitas Pendidikan Kesehatan Menggunakan Media Audiovisual Terhadap Kemampuan Psikomotor Cuci Tangan Pada Anak Berkebutuhan Khusus (Tunagrahita). *Manajemen Bisnis*, 31–34.
- Sukendra, I. K & Atmaja, I. K (2020). *Instrumen Penelitian*. Mahameru Press: Pontianak.
- Syafri, Edi; Endrizal, N. (2013). Grand Theory Consumer Decision Model Topik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Trisnawati, N., Riefianti, R., & Amdani, A. (2022). Analisa Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 170–179. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2479>

Wijasa, B. C. (2017). Pengaruh Beban Pemasaran, Beban Operasional Dan Utang Terhadap Laba Pt Telekomunikasi Indonesia, Tbk. *Universitas Ciputra Creating World Class Entrepreneurs*.

