

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). Dari niat menjadi tindakan: sebuah teori Perilaku yang Direncanakan. Dalam Action Control: Dari Kognisi ke Perilaku. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Agustianingsih. (2024) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang. 1-8
- Amirullah, M. (2019). Metode Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atika et al., (2024) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang). 14-18
- Baker, M. J. (2022). Pemasaran: Seni dan Ilmu dalam Menciptakan Nilai. Edisi ke-5. London: Pearson Education.
- Chandra, G. (2019). Manajemen Pemasaran: Prenadamedia Group.
- Creswell, J. W. (2022). Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (Edisi ke-5). Jakarta: Penerbit Indeks.
- Cialdini, R. B. (2021). Pengaruh Sosial dalam Keputusan Pembelian Konsumen
- Darmawan, A. (2020). Pengaruh Faktor Ekonomi dan Sosial terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia. 45-67.
- Dewi, W., & Santoso, A. (2021). Penggunaan Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Pemasaran Perilaku Konsumen di Era Digital. Jurnal Pemasaran, 15(2), 123-135.
- Garvin, D. A. (2020). Mengelola Kualitas: Keunggulan Strategis dan Kompetitif. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. Jurnal Mirai Management, 7(2), 14-22. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2007>
- Ghozali, I. (2020). Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadi, S. (2020). Metode Penelitian: Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jahro, A. (2023). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Penerbit Andi.
- Johnson Handrian G. (2024). Tren dan Perkembangan Industri Sepatu di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Juran, J. M., & Godfrey, A. B. (2020). Juran's Quality Handbook: The Complete Guide to Performance Excellence (Edisi ke-6). Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2022). Digital Marketing: A Practical Approach.. Business Horizons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Manajemen Pemasaran (Edisi ke-16). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi ke-18. Pearson Education.
- Kusuma, E. (2022). Pengaruh Elemen Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. Jurnal Ekonomi dan Pemasaran, 9(2), 78-92.
- Lupiyoadi, N., & Ikhsan, M. (2015). Statistika Terapan untuk Penelitian. Jakarta: Salemba Empat.
- Muttaqien dkk (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada Cv. Arlin Di Desa Tempeh Kidul Kabupaten Lumajang. Jurnal Riset Manajemen, 2(1), 162-174. <http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Nasution, Siti Lam'ah & Limbong, Christine Herawati. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survey Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Labuhan Batu). Jurnal ecobisma, 7(1), 23-45
- Novitasari, E., Nawangsih, S. A. B., & Robustin, T. P. (2022). Pengaruh Packaging, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory Yogurt Squeeze (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lumajang). Jurnal Riset Manajemen, 4(4), 258-266. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Priansa, D. (2017). Manajemen Pemasaran Modern. Bandung: Alfabeta.

- Putra, M., & Hanggara, R. (2022). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Yogyakarta: Penerbit ABC.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. (2020). *Metodologi Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Ekperimen* (Deepublish (ed.)).
- Saragih, L., & Tim. (2023). *Pengantar Pemasaran dan Manajemen Produk*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Shopee. (2022). *Laporan Tahunan Shopee 2022*. Diakses dari <https://shopee.com>
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar-Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Nusantara
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Edisi ke-12). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-5). Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suharto. (2022). *Perilaku Konsumen: Pencarian, Evaluasi, dan Pemilihan Produk*. Jakarta: Rajawali Press.
- Suharto. (2022). *Perilaku Konsumen: Pencarian, Penilaian, dan Pemilihan Produk*.
- Suryani, E., & Hendryadi, Y. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran* (Edisi ke-5). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Edisi ke-5). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Manajemen Inovasi: Mengelola Perubahan dalam Organisasi* (Edisi ke-6). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Tung, P. (2016). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jurnal Riset Pemasaran.