

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah Mohammad dan Husni Erdasti. (2018). Pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di barbershop. ***Menara Ekonomi Vol. IV No. 1 April. ISSN: 2579-5295.***
- Arif Rahman. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, promosi dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Gojek). ***Jurnal ilmiah manajemen Vol. 3 No. 2 hal 58-68. Banjarmasin.***
- Cahaya Nur dan Shihab Saggaff Muchsin. (2018). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Datascrip). ***Journal of entrepreneurship management and industri Vol. 1 No. 01 hal 34-46. Banjarmasin.***
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: **Badan Penerbit Universitas Diponegoro.**
- Gunawan Steffi. (2015). *The impact of motivation, perception and attitude toward consumer purchasing decision A studi case of Surabaya and Jakarta society on Carls Junior*. ***Ibuss management Vol. 3, No.2, (3025) 154 - 163.***
- Hasanah, Fadhilatul. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa ***Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. Volume 4 Nomor 1 Juni.***
- Indriani kristiawati dan Achmad (2019). Pengaruh Experiential Marketing, Customer Delight, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Perilaku Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bengkel Resmi Yamaha PT. Roda Sakti Surya Megah). ***Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen September 2019, Vol. 06 No, 02 hal 27-36 ISSN: 2355-7435.***
- Khaerudin. (2014). Pengaruh nilai pelanggan dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian (Studi pada Mini Market Indomaret Lontar). ***Diponegoro journal of social and political science. Hal 1-7.Pekalongan.***
- Kotler, Phillip & Keller, K. L. 2009. ***“Manajemen Pemasaran”***. Penerbit Indeks, Jakarta. Rangkuti, F. 2011. ***Riset Pemasaran***. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Kotler, Phillip & Keller, K. L. 2010. *“Manajemen Pemasaran”*. Penerbit Indeks, Jakarta. **Rangkuti, F. 2011. Riset Pemasaran. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.**
- Kristiawati Indriana dan Daengs Achmad GS. (2019). Citra merek, persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Mini Market Indomaret Lontar). *Jurnal ilmu ekonomi dan manajemen Vol. 06 No. 02 September. ISSN: 2355-7435.*
- Maisur. Arfan, Muhammad. Sabri. M. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi ISSN 2302-0164. Volume 4, No. 2, Mei. Pascasarjana Universitas Syiah Kuala 8 Pages pp. 1- 8.*
- Malik. Rahmadi. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Jurnal ilmiah untuk mewujudkan masyarakat madani ISSN: 2355-309X Vol.3 No. 1, Maret 2016.*
- Mewoh, Marsilina, Fransila. Tampi, Johny. Mukuan, Dhani. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 9. No. 1, 2019. (p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X).*
- Nursya'bani Purnama (2006). Manajemen Kualitas, Perspektif Global, **Edisi Pertama, Ekonisia Fakultas Ekonomi.**
- Prisiana, Juni, Doni. *“Prilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer”*. Penerbit Alfabeta. Bandung. ISBN: 978-602-289-273-1
- Putribasutami, Audina, Cindhy. Paramita, Sita, R.A. (2018). Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 3 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.*
- Rahmadi Heksawan dan Malik Deni (2016). Pengaruh kepercayaan dan persepsi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah untuk mewujudkan masyarakat madani Volume 3 Nomor 1, Maret (2016) ISSN 2355-309X. Jakarta pusat.*
- Rosida. Haryanti, Intisari. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE) Vol 1, No 2, June 2020, Hal. 150-160. ISSN 2716-4128 (Media Online).*

- Samosir charlie dan Pryaoga (2015). Pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen produk eneveron-c. **Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Volume 1, Nomor 3, November 2015.**
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan **Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.**
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. **Edisi 7. Jakarta: Indeks**
- Sholihati Apriwati. (2018). Pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Crema Koffie. *JOM FISIP Volume 5 Nomor 1 – April 2018. Pekanbaru.*
- Sugiyono.(2016). **Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.**
- Tewal, Bernhard. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Di Amurang). *Jurnal EMBA. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2313 – 2321. ISSN 2303-1174.*
- Tompunu Merna M. M. 2015'' Analisis Motivasi, Persepsi,Pembelajaran Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Bahu Mallmanado''.**Jurnal EMBA. Vol.2 No.,3 September 2014.Universitas Sam Ratulangi Manado.**
- Wahyu, Nugroho, Rikhi. Triyani. Prapti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Riilfians And Bistro Pati. *P-ISSN : 1412-5331. E-ISSN : 2716-2532. Majalah Ilmiah Solusi. Vol. 18, No. 2 April 2020.*
- Wanda (2019). Citra merek, persepsi harga dan nilai pelanggan teradap keputusan pembelian (Studi pada Mini Market Indomaret Lontar). *Jurnal ilmu ekonomi dan manajemen Vol. 06 No. 02 September. ISSN: 2355-7435.*
- (<http://id.m.wikipedia.org>)