

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Gita Subakti, Darwin Tenironama, A. Y. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11687>
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amstrong, P. K. and G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Asra Yurita , Makmur, A. A. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian. *Manajemen*, 1–10. <https://media.neliti.com/media/publications/110376-ID-analisis-pengaruh-persepsi-konsumen-terh.pdf>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Budi Utama.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Cet. VIII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maloeng, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mawey, H. E. (2013). Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 791–801. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2807>
- Minarti, M. S. (2020). Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee [Universitas Putera Batam]. In *Skripsi*. http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover_s.d_bab_III.pdf
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, Vol. 1(5), 446–452.
- Rusiadi, R. H. (2013). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan. Konsep, Kasus, dan Aplikasi SPSS, EvIEWS, Amos, Lisrel* (1st ed.). USU Press.
- Setiadi, N. J. (2018). *Perilaku Konsumen* (Revisi). Prenada Media.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu*

Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 4(1), 38–51.
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia.

Widjaja, A., & Kunto, Y. (2014). Analisa Persepsi konsumen Tentang Atribut Produk AMDK. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8.