

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setyaningrum, J. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Arijanto. (2012). *Etika Bisnis bagi pelaku bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran* (II ed.). Jakarta: Rajawali Press.
- Chairy, B. G. (2010). Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 128-143.
- Dahlia D, & H. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150cc (Studi Pada Pengguna Honda Vario 150cc). *Jurnal Ekuivalensi*, 7, 204-219.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, D. S. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan Ketiga*. Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama.
- Fauziah, D. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo: Studi pada Pengguna Smartphone Vivo di Kota Bekasi.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghazali, G. (2006). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D. I. (2013). *Consumer Behaviour*. New York: McGrawHill International Edition.
- Hutabarat, M. &. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- I, Ghozali. (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J, Setiadi. Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

- Jocom, N. (2013). Peran Smartphone Dalam Menunjang Kinerja Karyawan Bank Prismadana (Studi Pada Karyawan Bank Prismadana Cabang Airmadidi). *Journal Acta Diurna*, 1.
- Jogiyanto, H. M. (2009). *Konsep dan aplikasi PLS (Partial Least Square)*. Yogyakarta: Penerbit BPFPE.
- Jusuf. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Penerbit Andi.
- K, Aby Cahya. (2015). Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Pembelajaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonic Merek Mizone di Kota Banjarnegara.
- Kartikasari, M. R. (2019). Analisis Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat Wisata Pantai Dendang Melayu Batam. *Journal of Applied Business Administration*.
- Kotler, P. &. (2009). *Manajemen* (12 ed.). Jakarta: P.T Indeks.
- Kotler, P. &. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). (B. Sabran, Ed.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (11 ed.). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. a. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (12 ed.). (B. Sabran, Ed.) Jakarta: Erlangga.
- Lelet, F. H. (2014). Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Cabang Boulevard Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2, 550-560.
- Mawey, H. E. (2013). Motivasi, persepsi, dan sikap konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Peter, J. P. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. &. (2007). *Perilaku Konsumen*. (Z. Kasip, Trans.) Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Prenamedia Grup.

- Sopiah, S. &. (2013). *Perilaku Konsumen Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (2 ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiono, K. K. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 319-324.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tompunu, M. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2, 610-621.
- Umar, H. (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- W, Soediono. (2016). Pengaruh motivasi, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian kembali smartphone. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 109-112.
- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek " Honda" di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*.
- Wiranata, F. (2013). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Nokia (Studi pada Konsumen Nokia di Semarang).
- Zubaidah Hanum, S. H. (2017). Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6, 37-43.