

DAFTAR PUSTAKA

- Afandy, Tonny,. Srikandi Kumadji & Fransisca Yaningwati. 2014. Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang Memutuskan Membeli Handphone Merek Nokia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 15 No. 1. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/611/810>
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Angelina, Jessvita J. P & Japariato, Edwin. 2014. Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. Vol. 2 No. 1 Hal. 1-7 <https://media.neliti.com/media/publications/133233-ID-analisis-pengaruh-sikap-subjective-norm.pdf>
- Aryadhe, T, Alit S, Ida B. S. 2018. *Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat beli dan keputusan pembelian*. 7 (3) : 1452-1480. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p012>
- Assael, Henry. 2014. *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, 6th ed. Boston, MA: Houghton Mifflin Company
- Aziz, Mikdam Luthfi, dan Sulistiono. 2020. *Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleground Adventure Theme Park Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Kesatuan*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*. Vol. 1 No. 1 Hal. 43-52 <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jipkes/article/view/326/334>
- Bhakar, Shailja;, Bhakar, Shilpa; Dhuey, Abhay. 2015. Analysis of the Factors Affecting Customer's Purchase Intention: The Mediating Role of Customer Knowledge and Perceived Value. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 2(1), 87-101. https://www.researchgate.net/profile/Shailja-Bhakar/publication/273505305_Analysis_of_the_Factors_Affecting_Customers'_Purchase_Intention_The_Mediating_Role_of_Customer_Knowledge_and_Perceived_Value/links/5572abd008ae7536374e06f0/Analysis-of-the-Factors-Affecting-Customers-Purchase-Intention-The-Mediating-Role-of-Customer-Knowledge-and-Perceived-Value.pdf
- Fauziah, Evi. 2020. *The Effect Of Brand Image Perception And Promotion On Purchase Intention Grand Bintaro Asri Housing Consumer In Ciputat*. *HUMANIS*. Vol 1 No. 1 Hal. 212-218

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/7978>

Febriani, Yeni dan Nusannas, Iman Sidik. 2020. *Masyarakat Melakikan Pembelian Produk Roti Ternama Karena Citra Toko Atau Kualitas Pelayanan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis E-QIEN. Vol 7. No.1 Hal. 25-32. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/download/109/89/>

Gamama, Yakaka; Usman, Fatima; Sani, Sale; (2022). Attitude And Purchase Intention: Mediating Role Of Trust. https://www.researchgate.net/publication/358924104_ATTITUDE_AND_PURCHASE_INTENTION_MEDIATING_ROLE_OF_TRUST/link/621e04f7579f1c04172376d9/download

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hardiansyah, Raja. 2019. *Pengaruh Suasana Toko, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Di Toko Roti Morning Bakery (Studi Pada Toko Roti Morning Bakery Batu 8 Jl. Raya Dompok Tanjungpinang)*. Jurnal BENING Vol. 6 No. 1 Hal. 214-223 <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/beningjournal/article/download/1798/pdf>

Hidayati, Tri Asih; Suharyono; Fanani, Dahlan. 2013. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Mer* <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/85/1651>

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition* Global Edition. England. Pearson Education Limited.

Machfoedz, M. (2014). Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.

Mubarok, Muhammad Mufti. 2018. *Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi Oleh Minat Beli*. Jurnal STIE PERBANAS Surabaya. <https://osf.io/preprints/inarxiv/sdrf5/download>

Mahendrayasa, Andhanu Catur; Kumadji, Srikandi; & Abdillah, Yusri. 2014. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada

Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 12 No. 1 Hal. 1-7.
<https://media.neliti.com/media/publications/82799-ID-pengaruh-word-of-mouth-terhadap-minat-be.pdf>

Meskarani, Fatemeh; Ismail, Zuraini; Shanmugam, Bharani. 2013. Online Purchase Intention: Effects of Trust and Security Perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(6): 307-315
<http://ajbasweb.com/old/ajbas/2013/April/307-315.pdf>

Javier, Faisal. 2021. BPS: Konsumsi Rumah Tangga Kuartal III 2021 Tumbuh 1,03 Persen Dibanding Kuartal III 2020.
<https://data.tempo.co/data/1257/bps-konsumsi-rumah-tangga-kuartal-iii-2021-tumbuh-103-persen-dibanding-kuartal-iii-2020>

Nainggolan, Nova Pitri dan Haryenzus. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam*. *Jurnal Universitas Putera Batam*. Hal. 139-155
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/download/1772/1910>

Peter, Paul J dan Olson, Jerry C. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Penerbit Salemba Empat,

Rosita, Nita; Tahmat. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tong Tji Tematik Di Supermarket Borma Dago Dan Borma Cikutra. *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik (SoBAT) ke-3 Bandung*, 16 Oktober 2021 <http://dx.doi.org/10.32897/sobat3.2021.6>

Sakdah, Nur; Saufi, Akhmad; Rinuastuti, Baiq Handayani. 2021. *Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Online Melalui Dropshipper Pada Media Ecommerce*. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*. Vol 10 No 3. Hal 175-185
<https://jmm.unram.ac.id/index.php/jurnal/article/view/664/pdf>

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Saidani, B., & Arifin, S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/7666>

- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Shimp, Terence A. 2013. *Periklanan Promosi*. Jakarta : Erlangga
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Suprpti, Wayan Sri. 2010. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press.
- Swastha, Basu Dharmesta dan T. Hani Handoko. (2017). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Edisi III*, Yogyakarta: BPFE
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran* edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Undang-undang republik Indonesia nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal. <https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/1615.pdf>
- Zeithaml, Valarie A.& Bitner, Mary Jo. 2013. *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*. Sixth Edition. McGraw-Hill. New York
- Zulfikar. 2016. *Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: deepublish