

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, W. (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang. *In Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF) (Vol. 1, No. 1)*.
- Arifin, H. S., Fuady, I., & Kuswarno, E. (2017). Factor analysis that effect university student perception in untirta about existence of region regulation in serang city. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, 21(1)*.
- Azis, S. B., & Utomo, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hp Android Di Surabaya. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis, 1(4), 235–257*.
- Banker, M. (2002). The marketing book. *Butterworth-Heinemann*.
- Hadi, A. V., & Prabowo, R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business, 5(1), 540-548*.
- Harper, R. (2003). *People Versus Information: the evolution of mobile technology*.
- Indrasari, M. (2019). Manajemen pemasaran. *Jakarta: Penerbit Andi*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of marketing (15th ed., pp. 152–153). *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Marketing management (13th ed.). *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). *Pearson Education Limited*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). Consumer behavior (7th ed.). *Boston, MA: Pearson*.
- Murniyanti, S., Wibowo, M. R., & Rukmini, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Kentucky Fried Chicken Di Kecamatan Medan Johor. *In Scenario (Seminar Of Social Sciences Engineering And Humaniora) (Pp. 407-419)*.
- Pradana, N. A., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal E-Bis, 7(2), 514-523*.
- Purba, N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Uin, I., Utara, S., & Yahya, M. (2021). REVOLUSI INDUSTRI 4.0 : PERAN TEKNOLOGI DALAM EKSISTENSI PENGUASAAN BISNIS DAN IMPLEMENTASINYA. *In JPSB (Vol. 9, Issue 2)*.
- Rombon, V. F. A., Pelleng, F. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. *Productivity, 2(3), 187-191*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). Consumer behavior (11th ed.). *Harlow, UK: Pearson Education Limited*.

- Shafaruddin, R. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura. *Tanjungpura University*.
- Sianipar, G. (2020). Consumer Perception on Service of Grab Car in Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(2), 1-11.
- Sudarsono, A. S., & Suharsono, Y. (2016). Hubungan persepsi terhadap kesehatan dengan kesadaran (mindfulness) menyeter sampah anggota klinik asuransi sampah di indonesia medika. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 4(1), 31-52.
- Tjiptono, F. (2016). Strategi pemasaran (Edisi 4). *Penerbit Andi*.
- Ungerma, O., & Dėdkov, J. (2019). Marketing innovations in Industry 4.0 and their impacts on current enterprises. *Applied Sciences (Switzerland)*, 9(18).
<https://doi.org/10.3390/app9183685>
- Wanto, D., & Asha, L. (2020). Persepsi masyarakat Sukaraja, Rejang Lebong terhadap Edaran Menteri Agama Nomor: SE. 6 Tahun 2020 mengenai tata cara beribadah saat pandemi. *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 9(1), 2–17.
- Agustian, W. (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang. In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF) (Vol. 1, No. 1)*.
- Arifin, H. S., Fuady, I., & Kuswarno, E. (2017). Factor analysis that effect university student perception in untirta about existence of region regulation in serang city. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1).
- Azis, S. B., & Utomo, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hp Android Di Surabaya. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 235–257.
- Banker, M. (2002). The marketing book. *Butterworth-Heinemann*.
- Hadi, A. V., & Prabowo, R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 540-548.
- Harper, R. (2003). *People Versus Information: the evolution of mobile technology*.
- Indrasari, M. (2019). Manajemen pemasaran. *Jakarta: Penerbit Andi*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of marketing (15th ed., pp. 152–153). *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Marketing management (13th ed.). *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). *Pearson Education Limited*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). Consumer behavior (7th ed.). *Boston, MA: Pearson*.

- Murniyanti, S., Wibowo, M. R., & Rukmini, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Kentucky Fried Chicken Di Kecamatan Medan Johor. *In Scenario (Seminar Of Social Sciences Engineering And Humaniora) (Pp. 407-419)*.
- Pradana, N. A., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal E-Bis, 7(2), 514-523*.
- Purba, N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Uin, I., Utara, S., & Yahya, M. (2021). REVOLUSI INDUSTRI 4.0 : PERAN TEKNOLOGI DALAM EKSISTENSI PENGUASAAN BISNIS DAN IMPLEMENTASINYA. *In JPSB (Vol. 9, Issue 2)*.
- Rombon, V. F. A., Pelleng, F. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. *Productivity, 2(3), 187-191*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). Consumer behavior (11th ed.). *Harlow, UK: Pearson Education Limited*.
- Shafaruddin, R. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura. *Tanjungpura University*.
- Sianipar, G. (2020). Consumer Perception on Service of Grab Car in Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek, 4(2), 1-11*.
- Sudarsono, A. S., & Suharsono, Y. (2016). Hubungan persepsi terhadap kesehatan dengan kesadaran (mindfulness) menyeter sampah anggota klinik asuransi sampah di indonesia medika. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, 4(1), 31-52*.
- Tjiptono, F. (2016). Strategi pemasaran (Edisi 4). *Penerbit Andi*.
- Ungerma, O., & Dėdkov, J. (2019). Marketing innovations in Industry 4.0 and their impacts on current enterprises. *Applied Sciences (Switzerland), 9(18)*.
<https://doi.org/10.3390/app9183685>
- Wanto, D., & Asha, L. (2020). Persepsi masyarakat Sukaraja, Rejang Lebong terhadap Edaran Menteri Agama Nomor: SE. 6 Tahun 2020 mengenai tata cara beribadah saat pandemi. *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 9(1), 2-17*.