

DAFTAR PUSTAKA

- Susetyarsi, T. H. (2013). Analisis pengaruh strategi desain produk terhadap minat beli konsumen pada skuter matik yamaha merek Mio Fino di kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 134011.
- Assael, H. 1996. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Psw Kent Publishing.
- Masyitah, M. (2016). ANALISIS INTERAKSI SIMBOLIK KAUM LESBIAN BUTCH DENGAN MASYARAKAT LINGKUNGANNYA. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 15(3), 195-219.
- Fitriya, I. C. (2019). *Pengaruh gaya hidup, kesenangan berinternet dan susceptibility to interpersonal influence terhadap pembelian impulsif produk sale e- commerce* (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Engel, J. F. (1973). Blackwell, *Consumer Behavior*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Global*. USE: Pearson Education, 6, 47-48.
- Priatama, A., Arifianti, R., & Dai, R. R. M. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA BAKARA CAFE & KITCHEN DEPOK. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(2), 1270-1284.
- Juniarta, P. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik di Desa Wisata Penglipuran. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 4184-4195.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Hakim, L. L., & Keni, K. (2020). Pengaruh brand awareness, brand image dan customer perceived value terhadap purchase intention. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, 4(3), 81-86.
- Ajzen, Icek. 2006. *Constructing a Theory of Planned Behavior Quistionnaire*. Technical Report. (<https://www.researchgate.net/publication/235913732>), diakses 15 November 2024.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong. (2003). Dasar-dasar Pemasaran (Edisi Kesembilan). PT. Indeks Gramedia.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2005). Manajemen Pemasaran. Indeks.

Zarni, M. (2022). FACTORS AFFECTING THE UTILIZATION OF SERVICES IN THE DENTAL CLINIC OF PUSKESMAS KUTA MALAKA BIG ACEH DISTRICT. DHeJA: Dental Health Journal of Aceh, 1(1), 59-67.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 13. Erlangga.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy., Chandra Gregorius. (2005). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Dardak, R. A., & Habib, F. Q. (2010). Consumer perceived value, satisfaction and loyalty on agriculture brand. Economic and Technology Management Review, 5, 79-87.

Payne, A., & Holt, S. (2001). Diagnosing customer value: integrating the value process and relationship marketing. *British Journal of management*, 12(2), 159-182.

Laraswati, N. (2022). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PERCEIVED VALUE, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE IPHONE PADA MAHASISWA STEI JAKARTA (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Indayani, L. (2016). Pengaruh Reference Group Dan Brand Awareness Terhadap Buying Interest Smartphone” Pada Galery Erafone (Giant Suncity Sidoarjo).

Harianto, A., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Kelompok Acuan dan Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Manajemen, 2(4), 1273-1284.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). METODE PENELITIAN BISNIS (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). ALFABETA BANDUNG.

Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta Bandung.

Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

