

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu , R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Cashback terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, IX*(01), 398-408.
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Perspektif, XVI*(01), 2550-1178.
- Alquran, QS. Al-Furqon ayat 67, Alquran dan Terjemahnya.* (2009). Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran.
- Anwar, R. N., & Aprilia, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Ecommerce* Fashion Muslim Hijup di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, VI*(01), 75-85.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian*. t.t.p: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Basalamah, R., & Erwaedy, A. (2019). *Manajemen Inovasi dalam Bisnis*. Kepanjen: AE Publishing.
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, II*(02), 313-324.
- Biemans, Z. S. (2011). *Polish Consumer Food Choices and Beliefs about Organic Food*. *British Food Journal, 113*(01), 122 – 137.
- BPS, K. (2023, September 26). *Kecamatan Ringinrejo dalam Angka 2023*. Retrieved from [kedirikab.bps.go.id: https://kedirikab.bps.go.id/publication/2023/09/26/8babad2db8ccea2f71e4b97d/kecamatan-ringinrejo-dalam-angka-2023.html](https://kedirikab.bps.go.id/publication/2023/09/26/8babad2db8ccea2f71e4b97d/kecamatan-ringinrejo-dalam-angka-2023.html)
- Cockrill, A., & M. , G. (2010). *Percieved Price and Price Decay in the DVD Marke*. *The Journal Of Product And Brand Management, V*(19).
- Darsana, I. M., Anita, S. Y., Trisili, M., Sari, O. Y., & Raharjo, T. B. (2023). *Manajemen Operasional*. Badung, Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Dinas KOMINFO, P. (2023, Desember 2). *Tetapkan UMK Jatim 2024, Gubernur Khofifah : Berlandaskan Keadilan untuk Dorong Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat*. Retrieved from [kominfo.jatimprov.go.id: https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/tetapkan-umk-jatim-2024-gubernur-khofifah-berlandaskan-keadilan-untuk-dorong-pertumbuhan-ekonomi-dan-kesejahteraan-masyarakat](https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/tetapkan-umk-jatim-2024-gubernur-khofifah-berlandaskan-keadilan-untuk-dorong-pertumbuhan-ekonomi-dan-kesejahteraan-masyarakat)

- Djaali, & Muljono, P. (2008). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Djaali, D., & Muljono, P. (2008). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 132-135.
- Engel , F. J., Blackwell, D. R., & Miniard, W. P. (1995). *Consumer Behavior* (Ke-8 ed.). Orlando Florida: The Dryden Press.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Giffin, R. W., & Ebert, R. J. (2006). *BISNIS* (Edisi Kedelapan ed.). t.tp: Erlangga.
- Gunarsih , C. M., Kalangi , J., & F.Tamengkel , L. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, II(01), 69-72.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Kharisma, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Toyota All New Avanza (Studi pada Pelanggan di Dealer Auto 2000 A.Yani). *Jurnal Ilmu Manajemen*, V(02), 1-7.
- Kotler, P. (1998). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Glora Aksara Pratama.
- Kumendong, N. M., Wenas, R. S., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Avanza pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 1685-1696.
- Kurniati. (2019). Pengaruh Parsial dan Simultan Variabel Bebas terhadap Kepuasan Pelanggan. *JTIK*, VI(4).
- Lukito , W. A., & D, A. F. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, I(02), 90-95.
- Moputi, B. R., Tolinggi, W. K., & Boekoesoe , Y. (2018). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ukm Flamboyan di Kota Gorontalo. *AGRINESIA*, III(1), 2-3.

- Nurliyanti, N., Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *JIHHP : Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik*, *II*(02), 225.
- O'Kelly, M. (1983). *Multipurpose Shopping Trips and the Size of Retail Facilities*. *Annals of the Association of American Geographers*, *73*(02), 231-239.
- Permata Sari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *International Journal of Bussiness*, *IV*(02), 62-69.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, *XIV*(01), 16-23.
- Quthb, S. (2008). *Fi Zhilalil-Qur'an*. Jakarta: Gema Islami.
- Rahmasari, L., Baining, M. E., & Siregar, E. S. (2023). Pengaruh Harga, Inovasi Produk, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Vivi Jilbab di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, *I*(03), 161-174.
- Rahmawati, Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor. *K I N E R J A*, *XIV*(1), 17.
- Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS Untuk Penelitian Dan Riset Pasar*. Jakarta: Gramedia.
- Riduwan, R. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sa'adah, L. (2018). *Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Electronic Word Of Mouth (Ewom) sebagai Variabel Intervening pada Cake Asix (A6)*. Malang: Etheses UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Saputra, M. R., Idham, F. C., & Budianto, H. (2023). *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (Ke-7 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Deviden terhadap Nilai Perusahaan di BEI. *Jurnal Inovai Penelitian*, *I*(8), 1584-1585.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

- Syahrani, H. (2012). Bisnis Waralaba di Indonesia dalam Perspektif Hukum Bisnis Syariah. *Jurnal Studi Ekonomi*, III(02), 131-46.
- Utama, D. C. (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Bekasi. *Jurnal Mitra Manajemen*, III(07), 254.
- Widjaja , W., & Rahmat, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. *Jurnal.polban.ac.id*, IX(01), 71 – 95.