

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anwar, Iful. Budhi Satrio. (2015). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 4, Nomor 12, Desember 2015
- Bian, X., and Moutinho, L. (2011). *The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behavior of counterfeits: Direct and indirect effects*. *European Journal of Marketing*, 45 (1/2), 191-216
- Chandra, C., & Keni, K. (2019). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>
- Dwi Haryanto, & Suprayitno. (2015). Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2).
- Filia C. T, Sifrid S. Pangemanan. (2019). *The Influence of Product Knowledge and Product Involvement Toward Purchase Decision Of Nissan Cars Customers*. *Jurnal EMBA* Vol 7 No. 1 Januari 2019, Hal 861-870.
- Ghanimata, F., Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1 (4), 13-22
- Gunawan, Didik. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. *European business review*.
- Indrawati *et al.* (2019). *Marketing for Non-Marketing Managers*. Elex Media Komputindo.

- Khairunnisa, Syarifah, *et al.* (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Islam*. Vol 4 No 2 473-491 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kusnadi, Adam Hadi, *et al.* (2021). Pengaruh *Product Involvement* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Asal Korea Merek *Etude the House*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)* 2(2) 2021: 96-103
- Laurent, G. dan J.N. Kapferer, (1985), *Measuring Consumer Involvement Profiles*, *Journal of Marketing Research*, Vol 22: 41-53
- Lempoy *et al.* (2015). Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA* Vol.3 No.1. 1072-1083.
- Limoputro, Kevin Renata dan Gamaliel Waney. (2018). Pengaruh *Product Knowledge* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nghiong Merek M&B. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 2, Nomor 6.
- Lubis, Raja Fajar Perdama, Rizal Hadi Magnadi. (2015). Studi Tentang *Product Knowledge* dan Keputusan Pembelian Pada Notebook Acer (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Volume 4 Nomor 4 Halaman 1-10. ISSN (online): 2337-3792
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. CV Alfabeta. Bandung.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen* dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Nainggolan, N.T *et al* (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Pradana, Dedhy, *et al.* (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *KINERJA*, Volume 14(1) 2017, 16-23
- Prakosa, Yusuf Bagus dan Endang Tjahjaningsih. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan

- Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 4, Nomor 03.
- Rahmawati, Dian, Adek Rilman Nur. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO. *Jurnal Ekonomi* 23(1) Maret (1-12).
- Riduwan, dan Engkos Achmad Kuncoro. 2013. Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan *et al.* (2018). Pengaruh *Product Knowledge* dan *Brand Association* Terhadap *Purchase Intention* Kawasan Kampung Kreatif Dago Pajok. *Jurnal Pariwisata* Vol 5, No. 1
- Robertson, J., Ferreira, C., & Botha, E. (2018). *The influence of product knowledge on the relative importance of extrinsic product attributes of wine. Journal of Wine Research*, 29(3), 159.
- Santoso, M Budhi, Putu Nina Madiawati. (2018). Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian *Processor Intel* di Kota Bandung Tahun 2018 Pada Konsumen PC dan Laptop. *E-Proceeding of Management: Vol.5 No.3*
- Sanusi, Anwar. (2011) *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Shirin, Khosrozadeh & Kambiz, Heidarzadeh. (2011). *The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions. Chinese Business Review*, ISSN 1537-1506, Vol. 10, No. 8, 601-615
- Setiadi, N.J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol 3)*. Jakarta: kencana Prenada Media Grup
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi, Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2012). *Metode Penelitian Lengkap Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

- Sumarwan, U. (2012). Riset Pemasaran dan Konsumen. (3th ed., Vol. 3). Bogor: IPB Press.
- Taufik, Allief M.I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Keterlibatan Produk, dan Tekanan Waktu terhadap Minat Beli *Flash Sale* di Shopee. Prosiding 11th *Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS)* Vol 11 No 1
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ubaidi, Ibnu, Auf, Reminta Lumban Batu. (2020). Pengaruh *Product Involvement* dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 5 Nomor 2, 2020. 121-130
- Umar, H. (2011). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wijoyo, Hadion, *et al.* (2020). Manajemen internasional. (n.d.). (n.p.): CV. Insan Cendekia Mandiri.