

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). Pengaruh keterlibatan dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian jamu masuk angin kemasan. *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137.  
<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/Insight/article/view/8909>
- Citra, P. D. A. N. (2021). *PRODUKASURANSI JIWA ( Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Madiun )*.
- Djailani, I. S. | M. F. (2021). *Daya Beli Masyarakat di Kuartal I 2021 Masih Loyo*. Suara.Com.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Gunardja, Y. N. (2020). Pengaruh Trust Terhadap Keputusan Beli Produk Tiff Body. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 96–104.  
<https://doi.org/10.31334/lugas.v4i2.1224>
- Hikam, H. A. Al. (2021). *Tenaga kerja sektor pertanian meningkat kala pandemi, ini datanya*. Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5366055/tenaga-kerja-sektor-pertanian-meningkat-kala-pandemi-ini-datanya>
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Vol. 59).
- Influence, T. H. E., Store, O. F., Knowledge, P., Image, B., Purchase, T., Through, D., & Of, W. (2018). *THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE , PRODUCT KNOWLEDGE AND BRAND IMAGE TOWARD PURCHASE DECISION THROUGH WORD OF*. 7(2).
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15). Erlangga.
- Kusuma, R. W., Ban, T. G., & Yan, R. (2021). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia ( Factors Affecting Purchase Decisions Through Trust As Intervening Variables In Marketplace Tokopedia ) Abstrak Pendahuluan*. 2(02), 125–136.
- Mahendra, R., Rosha, Z., & Kamener, D. (2020). Pengaruh Country Of Origin, Product Knowledge dan citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP di Kota Padang. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 17(2).
- Nurhayati, S. (2020). PENGARUH TIPE KETERLIBATAN ENDURING KONSUMEN TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK DAN DAMPAKNYA

PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE. *Prima Ekonomika*, 11(1), 20–37.

- Parsons, A. J. (2020). the Influence of Man. *Hillslope Form*, 7(1), 188–195.
- Pink, B. (2021). *PDB per kapita turun, Indonesia bisa lebih lama keluar dari middle income trap*. Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/pdb-per-kapita-turun-indonesia-bisa-lebih-lama-keluar-dari-middle-income-trap>
- Purwianti, L. (2021). *Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi Purchase Decision dengan Trust sebagai Variabel Mediasi*. 1(1), 1909–1916.
- Puspaningrum, S., & Walujo, H. D. (2021). *Influence Of Brand Image And Product Knowledge On Purchase Decision ( Study on Consumers of Holland Bakery Pandanaran Semarang ) Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Konsumen Holland Bakery Pandanaran Semara*. 168–173.
- Santoso, S. (2013). *Statistik Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Umpo Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Tansanto, E. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Komunikasi Bisnis Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Produk Grohe Pada CV. Gunung Jernih Medan*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.
- Ubaidi, I. A., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Product Involvement Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(2), 121–130. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.116>
- Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Produk HNI-HPAI). *Jurnal Manajemen Update*, 9(1).