

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Anindyawati, Stefi dan Hery Suliantoro, “*Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi Kasus Wilayah Semarang)*”, Jurnal yang dipublikasikan, Universitas Diponegoro, Semarang, (2016): 3.
- Ardianto, Elvinaro. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi ed. 1 cet. 11*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi ed.1 cet.7*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002.
- Bawata, Rolla. *Creative Selling Strategy: Rahasia Sukses Seorang Agen Menjadi CEO*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Calista, I Gusti Ayu Audy dan Gede Suparna. “*Pengaruh Motivasi Rasional, Motivasi Emosional dan Harga Diri Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Mahasiswa Universitas Udayana Dimoderasi Oleh Gender*”. *E-Jurnal Manajemen Unud*. no. 5, (2015): 1323.
- Darsono. “*Faktor Emosi dalam Perilaku Konsumen*”. *Jurnal Dharma Ekonomi*. no. 36 (2012): 2.
- Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Goleman, Daniel. *Kecerdasan Emosional*, terj. T. Hermaya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Xiaomi>. Diakses pada Kamis,5 Maret 2020 Pukul: 09.30 WIB.
- <https://ps.iainkudus.ac.id/index.php?page=halaman&id=279>. Diakses pada 6 Oktober 2020, pukul 20.30 WIB.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I ed.13*. Jakarta: Erlangga, 2016).

- Kurniawan, Albert. *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis: Teori Konsep & Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Kurniawan, Ferdy Zoel “Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Soto Angkring “Mas Boed” Spesial Ayam Kampung Semarang”, Jurnal Universitas Diponegoro, Vol.XII, No. 3 Semarang (2014): 8.
- Maleke, Cindy Liffie. “Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Gemini pada PT. Megamitra Makmur Sejahtera”. Jurnal EMBA. no.3, (2013).
- Maski, Ghozali. “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang”. Journal Of Indonesian Applied Economics. no. 1 (2010).
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Masrukhin. *Statistik I Untuk Ekonomi Islam*. Kudus: Media Ilmu Press, 2015.
- Ma’ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Mustabesyrirah, “Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Jilbab Zoya di Kota Makassar)”. Skripsi. UIN Alauddin Makassar. (2019)
- Nawawi, Hadari, dan Mimi Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005.
- Prasetijo, Ristiyanti, dan John J.O.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus 2019*, 15. Diakses pada hari Sabtu, 5 September 2020, pukul 09.30 WIB. <http://iainkudus.ac.id/-pdf>.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Rahman, M. Arfah. *Teori Segitiga Ekonomi: Teori Fundamental Ekonomi*. Yogyakarta: Garudhawaca, 2016.
- Rini, Endang Sulistya dan Yeni Absah, “Analisis Penciptaan Loyalitas Melalui Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Rasional, Emosional, dan Spiritual Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Utama Medan”. Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis. no. 1 (2015): 67.

- Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Saputra, Rico dan Hatane Samuel, “*Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*”, Jurnal Manajemen Pemasaran, no. 1, (2013): 3.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- Subianto, Totok. “*Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*”. Jurnal Ekonomi Modernisasi, no. 3 (2007): 177.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Susanto, Agung Nugroho. *Jurus Jitu Membangun Bisnis Berkah Omset milyaran, cet. 1*. Yogyakarta: PT Vindra Sushantco Putra, 2015.
- Utomo, Pudji dkk, “*Kepercayaan terhadap Internet Serta Pengaruhnya pada Pencarian Informasi dan Keinginan Membeli Secara Online*”, Jurnal Universitas Sumatera Utara (2013): 5.
- Veterinawati, Desy. “*Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Surabaya*”. Jurnal Ilmu Manajemen, no. 3, (2013): 757.
- Widokarti, Joko Rizkie, dan Donni juni Priansa. *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2019.
- Winardi, J. *Motivasi & Pemotivasian Dalam Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Yusa, Viola De. “*Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry di Bandar Lampung*”. Jurnal Derivatif, no. 2, (2015): 97-110.