

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. T., Baidlowi, I., & Poernomo, A. H. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik “Bu Dar.” *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, Dan Kewirausahaan*, 1, 105–119.
- Afrizal, Firfaus Rahmad, Hidayati Nur, Amin Mat, Rezeki Nadia, Radiansyah Adrian, Hamdan, Juhari, Adisuputra, Wargianto, & Suhardi. (2022). *Pengantar Bisnis*. Publica Indonesia Utama.
- Agustianti, R., Pandriadi, Nussifera, L., Wahyudi, Angelianawati, Meliana, I., Sidik, E., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I., Pawan, E., Ikham, F., Andriani, A., Ratnadewi, & Hardika, I. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (N. Mayasari & N. Gatriyani, Eds.). Tohar Media.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (9th ed.). Alfabeta.
- Amanda, G. (2021, December 29). *Difabel Zone Yogyakarta Dampingi Penyandang Disabilitas Wujudkan Kemandirian Ekonomi*.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3).
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 1(2), 80–103. <https://doi.org/10.31955/mea.vol1.iss2.pp80-103>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Asari, A., Zulkarnaini, Hartatik, Anam, A., Suparto, Litamahuputty, J., Dewadi, F., Prihastuty, D., Maswar, Syukrilla, W., Murni, N., & Sukwika, T. (2023). *Pengantar Statistika*. Mafy Media Literasi Indonesia.
- Cahyati, T., & Munandar, D. (2023). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Cipta Media Nusantara.
- Carlo, I. de. (2021). *Nuansa Batik: Di Perpustakaan Balai Besar Kerajinan dan Batik* (Cetakan pertama). Stiletto Indie Book.
- Damiati. (2021). *Perilaku Konsumen*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Daya, J. S., Rosa, T., Tamba, M., & Suratmi, T. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk “The Sandals”

- dari PT. Razer Brothers. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/indexP-ISSN1693-6876>
- Dianthini, P., Giantari, I., & Rahanatha, I. (2023). *Niat Beli Konsumen Berbasis Interaksi Parasosial, Popularitas, Dan Kredibilitas Vlogger*. CV Intelektual Manifes Media.
- Febtriko, A. (2017). Pemakaian Mobile Robot Dalam Meningkatkan Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini di Taman Kanak-Kanak. *RABIT: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 2(2).
- Gunawan, A. V., Linawati, L., Pranandito, D., & Kartono, R. (2019). The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*, 10(1), 21–29. <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i1.5379>
- Jaeger, S. R., Cardello, A. V., Jin, D., Hunter, D. C., Roigard, C. M., & Hedderley, D. I. (2017). Product uniqueness: Further exploration and application of a consumer-based methodology. *Food Quality and Preference*, 60, 59–71. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.03.013>
- Juvianti, J., & Purba, T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Trisigma Globalindo. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 460. <https://doi.org/10.32493/drj.v6i5.30474>
- Kamila, D. S. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk POND'S (Studi Pada Pengguna Produk POND'S di Kabupaten Banyumas)*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lemeshow, S., Hosmer, D., Klar, J., & Lwanga, S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- Lufityanti, G. (2020, December 12). *Mengintip Pemberdayaan Penyandang Disabilitas di Difabel Zone Yogyakarta*.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Baruan Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 01.
- Marpaung, F., Arnold, M., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1). <http://ejournal.lmiimedan.net>

- Maulana, L. H. (2023). SMEs Culinary Purchase Decisions Determine By Brand Image, Price, And Product Uniqueness. In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Moniaga, F., Hidayati, F., Fhitri, W., Yuliana, A., Yulianti, N., Susanto, D., Yanto, N., Misnawati, D., Choerudin, A., Resiana, A., & Wenno. (2024). *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Gita Lentera.
- Muhtadin, I., & Yusuf. (2023). *Perilaku Organisasi*. CV Azka Pustaka.
- Mustofa, A. (2013). *Uji Hipotesis Statistik*. Gapura Publishing.com.
- Mutiah, A. (2018). Peran Komunitas Sahabat Difabel Dalam Pemenuhan Hak Ketenagakerjaan Penyandang Difabel Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*.
- Nofrizal, Lubis, N., Hardi, Maryanti, S., N, A., & Widayat, P. (2021). Pengaruh Keunikan Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh-Oleh Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(3).
- Nurhani. (2024). Pengaruh Keunikan Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Oleh-Oleh Kota Makassar. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5.
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit NEM.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka.
- Pala'biran, J., Dewi Wijastuti, R., Jamil, A., & Sofia, S. (2024). Pengaruh Keunikan Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Coffee. In *Februari* (Vol. 3, Issue 1). <http://journal.ainarapress.org/index.php/lms>
- Poli, V., Kindangen, P., Ogi, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi Dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. In *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 4, Issue 3).
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing ??? (Panduan bagi Peneliti Pemula)*. Universitas Mulawarman.

- Ramadhani, R., & Bina, N. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Prenada Media.
- Rasmini, N. (2023). *Buku Ajar Statistika Pendidikan*. Penerbit P4I.
- Razak, M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizki, S. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Pada Konsumen Di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Sadewa, P., Wahono, B., & Novianto Abdullah. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Macaronicuk Studi Kasus Reseller Macaronicuk Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2014). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Simanihuruk, P., Zilfana, Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., Purba, M., Hidayat, D., & Rachman, S. (2023). *MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN: Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sinulingga, N., & Sihotang, H. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Sitanggang, F., & Sitanggang, P. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM.
- Sri Susilawati, P., Hilal, F., Aulia Azzahra, N., & Luthfiah Nurlaeli, S. (2022). Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline di Era Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1080–1083. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1480>
- Swarjana, I. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Penerbit Andi.
- Tabelessy, W., Ralahallo, F., & Loppies, L. (2023). *Statistika Ekonomi*. CV Azka Pustaka.
- Unaradjan, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.

- Utama, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup*. Penerbit Adab.
- Wang, X., Guo, J., Wu, Y., & Liu, N. (2020). Emotion as signal of product quality: Its effect on purchase decision based on online customer reviews. *Internet Research*, 30(2), 463–485. <https://doi.org/10.1108/INTR-09-2018-0415>
- Wibowo, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Penerbit Insania.
- Wicaksono, D., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3, 81–89.
- Wijana, E. & M. M. (2021, May 31). *Mengenal Difabel Zone, Pengrajin Batik di Bantul dengan Skala Internasional*.
- Willim, R., Keni, K., & Teoh, A. P. (2023). The Role of Perceived Fit, Attitude, and Need for Uniqueness on Intention to Purchase Co-Branded Product in Indonesia. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.11.1-9>
- Yu, S. X., Zhou, G., & Huang, J. (2022). Buy domestic or foreign brands? The moderating roles of decision focus and product quality. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(4), 843–861. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2020-0210>