

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, A., Yurita, A., & Makmur. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian [Journal:eArticle, Universitas Pasir Pengaraian]. Dalam Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP (Vol. 4, Nomor 1, hlm. 110376). <https://www.neliti.com/id/publications/110376/>
- Ambarsari Riana. (2012). Buku Pintar Fotografi: Food Photography For Everyone. PT. Elex Media Komputindo.
- Arifin, M. Z., Rosyidah, I. M., & Bisari, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7p terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV. Karya Apik Man 3 Jombang). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 4873–4886.
- Badan Pusat Statistik. (t.t.). Diambil 21 April 2022, dari <https://www.bps.go.id/>
- BR GINTING, R. A. (2019). Persepsi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Breadtalk (Breadtalk Ambarukmo Plaza Yogyakarta) [PhD Thesis]. UAJY.
- Damanik, B. E. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Lingkungan Belajar terhadap Motivasi Belajar. *Publikasi Pendidikan*, 9(1), 46–52.
- Darma, B. (t.t.). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)*. Guepedia.

- Deng, L., & Poole, M. S. (2010). Affect in Web Interfaces: A Study of the Impacts of Web Page Visual Complexity and Order. *Mis Quarterly*, 711–730.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SultaniST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 53–60.
- Gani, I., & Amalia, S. (2021). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang*. Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Imam, G. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Kim, J., & Lakshmanan, A. (2015). How Kinetic Property Shapes Novelty Perceptions. *Journal of Marketing*, 79(6), 94–111.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).

- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). Endorsement and Visual Complexity in Food Advertising on Instagram. *Internet Research*.
- Meidiawati, K., & Mildawati, T. (2016). Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. RajaGrafindo Persada.
- Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7102>
- Oleh:Adelin, D. (2019, Agustus 3). Pesatnya Perkembangan UMKM Kuliner Di Banjarmasin. *Media Center Provinsi Kalimantan Selatan*. <https://diskominfomc.kalselprov.go.id/2019/08/03/pesatnya-perkembangan-umkm-kuliner-di-banjarmasin/>
- Olivia, J., Antonina, D., Jokom, R., & Iskandar, V. (2021a). Analisa Pengaruh Kompleksitas Visual Pada Foto Makanan di Instagram Terhadap Minat Beli Melalui Respon Emosional. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 84–92.
- Olivia, J., Antonina, D., Jokom, R., & Iskandar, V. (2021b). Analisa Pengaruh Kompleksitas Visual pada Foto Makanan di Instagram terhadap Minat Beli Melalui Respon Emosional. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 84–92.

- Orth, U. R., & Crouch, R. C. (2014). Is Beauty in The Aisles of the Retailer? Package Processing in Visually Complex Contexts. *Journal of Retailing*, 90(4), 524–537.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Pham, T. L. (2018). An Empirical Investigation of Consumer Perceptions of Online Shopping in An Emerging Economy: Adoption Theory Perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Pieters, R., Wedel, M., & Zhang, J. (2007). Optimal Feature Advertising Design Under Competitive Clutter. *Management Science*, 53(11), 1815–1828.
- Potia, A., & Dahiya, K. (2020). *Optimistic, Digital, Generous: COVID-19's Impact on Indonesian Consumer Sentiment*. Jakarta: McKinsey & Company.
- Puspahati, N. (2021). Pengaruh Persepsi Pelanggan dan Visual Complexity pada Food Photography terhadap Niat Pembelian di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 10(1), D71–D76.
- Selina, W. (2020). Peran Food Photographer dalam Aktivitas Promosi Restoran.
- Sitorus, J. R., Soedewi, S., & Kadarisman, A. (2021). Perancangan Prototype Aplikasi Penyewaan Perlengkapan Fotografi Di Pekanbaru. *eProceedings of Art & Design*, 8(3).

- Spenner, P., & Freeman, K. (2013). To Keep Your Customers, Keep it Simple. *IEEE Engineering Management Review*, 41(3), 67–72.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47.
- Taroreh, O., Jorie, R. J., & Wenas, R. (2015a). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Pada Asuransi Jasindo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Tinajero, C., Castelo, A., Guisande, A., & Páramo, F. (2011). Adaptive Teaching and Field Dependence-Independence: Instructional Implications. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 43(3), 497–510.
- Tuty, D. W. N., Widiyanti, E., & Utami, B. W. (2017). Korelasi Faktor Pembentuk Persepsi dengan Persepsi Konsumen terhadap Media Pemasaran Online (www. Goodplant. Co. Id). *Journal of Sustainable Agriculture*, 32(2), 108–115.
- Valentini, C., Romenti, S., Murtarelli, G., & Pizzetti, M. (2018). Digital Visual Engagement: Influencing Purchase Intentions on Instagram. *Journal of Communication Management*.

- Wahidah, R. (2021). Analisis Komposisi Fotografi pada Foto Landscape Traveling Photography of Turkey Karya Yuyung Abdi [Diploma, IAIN Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/13146/>
- Wahyuningsih, S. (2009). Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia. *Mediagro*, 5(1).
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ud. Rizky Barokah Di Balongbendo [PhD Thesis]. UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA.
- Wiratna, S. V. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Pers.