

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiami di kota langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, (61), 660-669.
- Amron, A. (2018). The Influence Of Brand Image, Brand Trust , Product Quality and Price on Consumer's Buying Decision Of MPV Cars. *European Journal*, 14(13), 12
- Ardiansyah, I. M. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Dan Lokasi Pada Keputusan Pembelian. *Internasional Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5 (2).
- Bairizki, a. (2017). pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam meningkatkan penjualan (studi kasus pada UD Ratna Cake & Cookies). *jurnal valid vol. 14 no. 2*, 71-86.
- Darius, Y. T. (2022). Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga dan Kualitas Produk. In Y. T. Darius, *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga dan Kualitas Produk* (pp. 24-25). Indramayu: CV. Adanu Abitama.
- Dwiarta, A. (2021). The Effect Of Price Percepcion, Quality Percepcion and Location On Purchase Deisio. *Internasional Journal of Economic, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- Faisal, h. M. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 90-107.
- Firmansyah, A. (2015). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersahati Calaca. *Journal EMBA*, vol.1 nomer 3.

- Hamidah, L. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Keberagaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Madubroto Kabupaten Sidoarjo . *IqtishadEQUITY*, 2(1).
- Indra, D. G. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada CV. Abone Komputer Di Teluk Kuantan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9, No. 3, , 198.
- Irawati, S. Z. (2016). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, 126.
- iskandar. (2016). Implementasi Teori Horarki Kebutuhan Abraham Maslow Terhadap Peningkatan Kinerja Pustakawan. 27.
- Istijabatul, A. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan. *Jurnal Cakra Wisata*, 2.
- 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).
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Luluk, A. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Kirangan . *Media Mahardika*, 19(1), 102-107.
- Matondang, M. A. (2020). Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media. In M. A. Matondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (pp. 33-34). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Nasution, A. F. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promos, Kepercayaan dan Krakter Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewrausahaan*, 167.
- Natalia, P. &. (2014). pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *jurnal ilmiah manajemen kesatuan* 2(2), 119-128.
- peraturan presiden RI Nomor 112 Tahun 2007*. (2023, januari 1). Retrieved from penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perpeblanjaan, dan toko modern: <https://www.bphn.go.d/data/document/07/pr112.pdf>
- Safiana, N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Tradisional Wonokromo – Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, h. 561.

- Santoso, R. A. (2017). Pengaruh harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "OM-JEK" Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Sari, I. I. (2020). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "OM-JEK" Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36 . *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Satrio, I. A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Setiawan, W. (2014). pengaruh marketing mx terhadap keputuan pembelian toyota avanza tipe G di surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran* 2(1), 1-8.
- Sholiha, N. F. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal Of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.
- solihin, d. (2020). pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap eputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *jurnal mandiri: ilmu pengetahuan seni dan teknologi* 4(1), 38-51.
- Stankevich, A. (2017). Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review. *Journal of Internasiol Business Research and Marketing*, 2(6), 7-14.
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 177.
- Surapati, S. M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pelanggan Kepuasan Dan Loyalitas. *Internasional Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01).
- Walukow, A. L. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokas terhadap Keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Junal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntans*, 2(3).
- Wardhani, L. O. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus Pada Merek ADIDAS Di Kecamatan Siman Ponorogo) . *Internasional Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, (1) 56-64.

Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

Wibisono, w. s. (2019). pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. *Universitas Bayangkara Surabaya*.

Zulfikar, M. W. (2011). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian*. Semarang: Universitas Diponegoro.

buku

Al-Haritsi, J. B. (2006). *Fiqh Ekonomi Umar Bin Khathab*. Jakarta: Khalifa

Angel, J. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Budihastuti, A. Y. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan*. Depok: Kencana.

Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Jakarta: Kencana.

Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Raja Rosdakarya.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.

Firda, C. V. (2020). *Ekonomi Syariah (Pengantar Ekonomi Islam)*. Jakarta: Garudhawacana.

Ghozali, I. (2016). *Aplikas Analisis Multivariate Dengan Program IBM 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Hanurawan, F. (2018). *Psikologi Sosial Terapan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Harahap, I. (2015). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Grup.

Hasan, I. (2011). *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*. Malang: UIN Maliki Press.

Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*. Jakarta: Wacana Media.

Misbahudin. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Rajawali Press.

Prayitno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

Siregar, S (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.

Soemitra, A. (2019). *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah (Di Lembaga Keuangan Bsnis Kontemporer)*. Jakarta: Prenda Media Grup.

sugiono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Guepedia.

