

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawang. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Transformation of Accounting & Business in Era Revolution Industri 4.0*, Vol.2 No.1.
- Agussalim, & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317-335.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta , 2011.
- Aziz, N. (. (2020). *Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Kediri: IAIN Kediri.
- Aziz, N. (2020). *Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Burung Di Pasar Setono Betek Kota Kediri)*. . Kediri: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri .
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 8(1), 135-154.
- Baskara, I. P., & Hariyadi, G. T. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Website) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.*, 1-15.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *URNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, Volume 10 Nomor 1 (2020).

- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2011). *Analisis Perilaku Konsumen Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*. Jakarta.: PT. Garmedia Pustaka Utama Jakarta.
- Efendi, M. I. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP, PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung)*. Tulungagung: UIN Sayyid Ali Rahmatullah .
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmay, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal Varian*, 2(1), 31-36.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Amerika: Addison-Wesley Publishing Company, 1975.
- Habibah, Ummu, & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1 No. 1 (Maret 2016) 31-48.
- Hasan, A. A. (2022). Determinants of intentions to use foodpanda mobile applications in Bangladesh: the role of attitude and fear of COVID-19. *South Asian Journal of Marketing*, 4(1):17–32. doi: 10.1108/sajm-10-2021-0123.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. University of California: Pearson/Prentice Hall, 2008.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. United States Of America: Pearson Prentice Hall, 2012.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17th edition*. London: Harlow : Pearson Education., 2018.

Kotler, P., & Keller, K. L. (t.thn.).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management, Global Edition*. London: Pearson Education, 2015.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 edition*. United States Of America: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Edisi: 15e*. United States of America: Pearson Education.

Lestari, A. O., & Nawangsari, S. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KERAGAMAN PRODUK DAN BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAKE OVER (STUDI KASUS PADA KONSUMEN WANITA DI JABODETABEK). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, Vol 3 No. 2 Agustus 2023 Halaman 153-166.

Margono. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Jakarta.

Ngesti, A. N. (2021). Pengaruh Harga dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Kota Yogyakarta. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 77-84.

Nomleni, A. B., Sakunab, M. M., Moda, F., Djuang, G., & Fallo, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap. *Journal of Economics, Management and Finance*, Vol. 2 No. 2.

Nopirin. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro & Makro*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nurisna. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 76-86.

- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: Staia Press.
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2022). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Jurnal Of Islamic Marketing*, 13(2), 542-563.
- Rahayu, S., Kholil, & Azhar. (2021). Bisnis Ekonomi Halal. *Jurnal Bilal*, 2(2), 151–158.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang. *JAMSWAP: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(4), 17-25.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simanulang, K. M., & Kamener, D. (2021). Pengaruh Harga, Persepsi Kemudahan, dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Mahasiswa/i Pengguna Aplikasi Lazada di PTN di Kota Padang. *Kumpulan Eksekutif Summary Mahasiswa Prodi Manajemen Wisuda ke 76 Tahun 2021*, Vol.19 No.2.
- Sinaga, S. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk MakeOver pada Pengunjung Counter Make Over di Plaza Medan Fair.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. Yogyakarta: Yogyakarta: Pustaka baru press.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta.

Vionha, D. O. (2023). *Analisi Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Transaksi Jual Beli Secara Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Bengkulu: UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Wardoyo, & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 19(1), 12-26.

