

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Syahril, Y. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek dan Nilai Pelanggan. *E-Prints Undip - Universitas Diponegoro*.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan* (9th ed.). PT. Indeks Gramedia.
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang*. 1–13. <https://doi.org/10.31227/osf.io/upgc3>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*. PT. Indeks Gramedia.
- Asman, N., & Apriliani, N. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sim Card Axis. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(7), 398. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i7.1469>
- Buchari, A., & Donni. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta.
- Buchari Alma, D. J. P. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah : Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer Edisi Revisi*. Alfabeta.
- Elsyah Fitra, F. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT.KHARISMA GRAHA JAYA MEDAN. *Skripsi*.
- Fauzia, I. Y. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Kencana Prenadamedia Grup.
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken And Pizza Di Jambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 744–749.
- Fifyanita Ghanimata, M. K. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi

Dan Lokasi Terhadap keputusan pembelian. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Undip*, 1(2), 159–169.

<https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/237527/jurnal-manajemen-pnj.pdf>

Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Effect of Product Quality, Price and Promotion To Decision Purchase Nissan X-Trail Car in Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.

Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariete*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.

Gunawan, I. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. PT. Raja Grafindo Persada.

Hakim, L. (2012). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Erlangga.

Haryoko, U. B. (2017). *Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Ujm Motor Tangerang Selatan*. 5, 1–81.

Hasoloan, J. (2011). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Deepublish.

Huriyati, R. (2014). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas*. Alfabeta.

Jalaludin, A. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Administrasi Bisnis Vol. 21 No. 1 April 2015 Universitas Brawijaya Malang*, 21, 45.

Janah, F. N., Wahyuningsih, G., & Pusparini, M. D. (2019). Strategi Promosi Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam. *At-Thulab Jurnal*, 1(1), 90.

Karim, A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. PT. Raja Grafindo Persada.

- Keller, K. L. (2020). Consumer Research Insights on Brands and Branding: A JCR Curation. *Journal of Consumer Research*, 46(5), 995–1001.  
<https://doi.org/10.1093/jcr/ucz058>
- Kementrian Agama RI. (2011). *AL-quran dan Terjemahnya Dilengkapi dengan Kajian Usul Fiqih dan Intisari Ayat*. Sygma Publishing.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid I*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Page 1 Prinsip-prinsip Pemasaran i Edisi kedua belas Jilid 1 PHILIP KOTLER Northwestern ... ( PDFDrive ).pdf* (pp. 1–367).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing (Electronic Version)*. 1–736.
- Lemeshow, S. (1990). *Adequacy Of Sample Size In Health Studies. Edisi Terjemah*. Gajah Mada University Press.
- Melly, & et al. (2013). Pengaruh Kualitas Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Pada Mahasiswa di Kota Padang. *E-Journal Fakultas Ekonomi - Universitas Bung Hatta Padang*, 2, 45.
- Morgan. (2013). Marketing Insights From AtoZ. In *John Wiley & Sons* (Vol. 53, Issue 9).
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Penetapan Harga. June*.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/tb2zd>
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 4(1), 73–86.
- Rianto Al Arif, N. (2017). *Dasar - dasar Pemasaran Babk Syariah*. Alfabeta.

- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Rajawali Pers.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Setiyanningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Andi Offset.
- Silaningsih, F., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ( Umkm ) Produk Olahan Makanan Ringan the Effect of Marketing Mix To Consumen Willingness To Buy in Micro Small Medium Enterprises ( Msme ) Snacks Product Materi Dan M. *Jurnal Sosial Humaniora P-ISSN 2087-4928 e-ISSN 2550-0236*, 9 (2), 144–158.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Sitanggang, F., Sidebang, A., & Mirza, D. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada Pt. Industri Karet Deli Medan. *Tijarah*, 1(19), 135–142.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suratmiyati, S., & Anggoro, Y. (2020). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa. *Management and Business Review*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.21067/mbr.v4i1.4629>
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>

Swasta, B. (2012). *Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE.

Tri Hapsari, N. (2010). *Seluk Beluk Promosi dan Bisnis*. Aplus Book's.

Umar, H. (2013). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan Edisi 4*. PT. Bumi Aksara.

Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>

Wijaya, T. (2009). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Universitas Atma Jaya.

Yusda, D. D. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House of Shopaholic Di Bandar Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 59.  
<https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.284>

