

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse". *Agora*, 121-131.
- Afida, A., & Zamzam, M. T. (2020). Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 97-111.
- Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Anshori, M., & Isnawati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University press.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arifah, S. N. (2019). "Pengaruh Product Design dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani Cabang Gayamsari Kota Semarang". *Skripsi*, 1-72.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: PT Raja Grafindo persada.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). "Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang". *Jurnal Ilmiah Manajemen Unbara*, 37-44.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang . *Jurnal Ilmiah Majemen Ubhara*, 37-44.
- Effendi, R. A., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kartika Muslim Square. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-16.
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken And Pizza Dijambangan Surabaya. *Jurnal pendidikan tata niaga (JPTN)*, 744-749.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

- Firmansyah, A. (2020). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategi)*. Jawa Timur: CV Media Sains Indonesia.
- Hermanto. (2009). "Pengaruh Persaingan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Cv. Greentech Belilas Kabupaten Indragiri Hulu". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 65-74.
- Hidayati, M. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Pengguna Jasa J&T Express Pusat Mataram,. *Skripsi*, 1-122.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . . Triwardhani, i. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Khasanah, U. N. (2020). "Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Konsumen Toko Family Cilacap)". *Skripsi*, 1-110.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi*. Jakarta: Kencana.
- Laura, N., & Ringo, S. N. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Of Management and Business Review*, 258-284.
- Norfai. (2020). *Manajemen Data Menggunakan SPSS*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponogoro: Wade Group.
- Purwanto. (2019). *Analisis Korelasi dan Regresi Linear Dengan SPSS 21 (Panduan Praktis Untuk Peneitian Ekonomi Syariah)*. Purworejo: Staia Press.
- Putra, P., & Hasniyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2022). *Analisis Data Kuantitatif Dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Qoyum, A., Nurhalim, A., Fithriady, Pusparini, M. w., Ismail, N., Haikal, M., & halifah, A. M. (2021). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makasar: Alauddi University Press.
- Ridwan, M., & Wahyudi, I. G. (2019). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Islam. *Sindimas*, 329-333.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rukmana, A. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta Hijab (Survei Pada Pembeli Elzatta Hijab di Galeri ogja City Mall). *Skripsi*, 97.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan : Penerbit KBM Indonesia.
- Santi, U. (2019). “Pengaruh Segmentasi Pasar Dan Pesaing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Di Pt. Herbal Penawar Alwahida Indonesia Cabang Jambi”. *Skripsi*, 1-100.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis* . Jakarta: Salemba Empat.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudera Biru.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada motif Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setyaningsih, T. (2021). “Pengaruh Islamic Branding, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo”. *Skripsi*, 1-80.
- Sigit, S. (2007). Strategi Bersaing . Dalam M. E.Porter, *Competitie Strategy* (hal. 70). Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Silvia, M. (2019). Pengaruh Pesaing, Citra Merek Dan Saluran distribusi terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula SGM (Studi Kasus Pada Calon Konsumen Susu Formula SGM Di Kota Padang). *Skripsi*.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, S. (2022). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, K. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P., . . . Ulfah, M. (2020). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: CV Media Sains Media.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo)”. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 41-54.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Mandiri.
- Susanto, I., Meilia, M., & Anisa, D. (2019). Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syi'ar Iqtishadi*, 80-101.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syafaruddin. (2021). *Edukai Ekonomi Islam Perilaku Konsumen Muslim*. Yogyakarta: Trust Media Publishing.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Winarso, W., & Mulyadi. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Zainal, V. R. (2022). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.