

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Al-Qur'an Terjemah Tajwid Alwasim.2013 4:29. Bekasi: Cipta Bagus Segera.
- Al-Zuhaili, W. (2007). *Fiqh Islam Wa Adilatuhu Jilid 5*. (A. H. Al-Kattani, Trans.) Depok: Gema Insani.
- Anshoni, M dan Iswati, S. (2009). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Dahlan, A. R. (2014). *Ushul Fiqh*. Jakarta: AMZAH.
- Deisy, M, dkk. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Selular Di IT Center Manado. *Jurnal EMBA, Vol.6 No. 4*.
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Edunomic, Vol. 2 No. 1*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulita, A. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kecenderungan Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi. *Skripsi*.
- Hafizah, Y. (2012). Khiyar Sebagai Upaya Mewujudkan Keadilan Dalam Bisnis Islami. *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi, Vol. 3 No. 2*.
- Hoetoro, A. (2018). *Ekonomi Mikro Islam Pendekatan Integratif*. Malang: UB Press.

- Ika, A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Indrianto, N, dan Supomo, B. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Khoirunnisa. (n.d.). *TOP 5 Vendor Smartphone di Indonesia Q2-2021*. Retrieved September 11, 2021, from <https://selular.id/2021/08/top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q2-2021/>
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, E. P. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FE UBB.
- Kusmadeni, D dan Eriyanti, H. (2021) *Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Rumput Pangkalbalam Pangkalpinang*. Jurnal maninvestasi. Vol. 3 No.1.
- Kusumastuti, A., dkk. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Lamb, dkk., (2001). *Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat
- Muhammad, N. (2012). *Cara Berdagang Ala Rasulullah Untuk Para Entrepreneur*. Yogyakarta: Diva Press.
- Mutakin, A. (2017). *Teori Maqâshid Al Syarî'ah Dan Hubungannya Dengan Metode Istinbath Hukum*. Vol. 19 No. 3.

- Novitarani, A, dkk. (2016). Analisis Garansi Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Telepon Seluler. *Vol. 5 No. 3*.
- Nurjaman, M. I. (2021). Eksistensi Khiyar Dalam Perkembangan Transaksi Jual Beli. *Iltixam Journal of Shariah Economics Research, Vol. 5 No. 1*.
- Pusparisa, Y. (n.d.). *10 Negara dengan Pengguna Smartohone Terbanyak 2020*. Retrieved September 11, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Pusparisa, Y. (n.d.). *Pengguna Smartphone Diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. Retrieved September 11, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Rini, H. P. (2016). *Pengaruh Fitur Produk , Harga, Jangkauan Jaringan, Citra Merk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Telkomsel. .*
- Rusli, M. (2017). Skripsi Pola Konsumsi Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo). *Skripsi*.
- Sari, P. A. (2018). *Pengaruh Fitur Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen VIVO Smartphone di Kota Medan*. Skripsi.
- Sasnita, A, dkk. (n.d.). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1 No. 2*.

- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi 3*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Setiaji, G. (2017). Pengaruh Garansi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Solo. *Skripsi*.
- Setyanto, L. E, dkk. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis. JAB, Vol. 46 No.2*.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. . Jakarta: PT Bumi Aksara .
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual&SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Suatma, J. (2013). Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang, Vol. 5 No. 2*.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Edisi 2*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, U, dkk. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sunanto. (2019). Pengaruh Fitur dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Smartphone Xiaomi di Kota Jambi. *Skripsi*.

- Suryani dan Hendriyani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: TEORI Dan Aplikasinya Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Pramedia Group.
- Syekh, S. (2013). *Sekilas Pengantar Ilmu Ekonomi dan Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: GP Press Group.
- Tim Penyusun Bahasa. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. . Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F dan Candra. G (2008). *Pemasaran Straregik Edisi 2*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Trisno. (2019). Pengaruh Fitur, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Layanan OVO. *Skripsi*.
- Umam, K. (2010). *Perilaku Organisasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Walker, dkk., (1997) *Manajemen Pemasaran Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Jilid 1 Edisi 2*. Jakarta:Erlangga.
- Wibowo, S dan Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Wikipedia. (n.d.). Retrieved Maret 11, 2022, from <http://id.m.wikipedia.org>
- Xiaomi Indonesia. (n.d.). Retrieved Maret 11, 2022, from <https://mobile.mi.co.id>
- Yuniarti, V. S. (2016). *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.