

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Al-Qur'an Kemenag Online. Qur'an Dan Terjemahan. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Anwar, M. A. (1975). *Prinsip-prinsip Metodologi Research*. Yogyakarta: Sumbangsih.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Satu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budiman, J. (2019). *Citra Merek dan Word of Mouth*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Danang, S. (2013). *Metodologi penelitian akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi, 86.
- Databoks.katadata.co.id, 2020.
- Endang, A. (2021). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ernawati, D. (2019). "Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung". *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Fortuna, I. B. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Dalam Prespektif Ekonomi Islam". (*Skripsi Sarjana: UIN Raden Intan, Lampung*). Diakses dari <http://repository.radenintan.ac.id/4331/>
- Ghazali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.

- Habir, H., Zahara, Z., & Farid, F. (2018). "Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha". *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(3), 211-218..
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Jakarta: Pascal Books..
- Harjadi, D. & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Husein, U. (2010). *Riset Pemasaran dan Perilaku Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Joesyiana, K. (2018). "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru". *Jurnal Valuta*, 4(1), 71-85.
- Johanes, A. (2016). *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*, (Edisi Ketiga Belas Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- Latan, H. (2014). *Aplikasi analisis data statistik untuk ilmu sosial sains dengan ibm spss*. Bandung. Alfabeta.
- Lotulung, S. C., Lapijan J & Moniharapon S. (2015). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado", *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3, Oktober 2015, hlm.817-826
- Medias, F. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: UNIMMA Press.
- Moko, W., Basuki, A. & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik*. Malang: UB Press.
- Muhammad, A. K. (1998). *Pengantar Metodologi Research*. Bandung: Alumni.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1-11.
- Nasuha, M. (2017). *Islamic Marketing*. Jepara: Lingkar Media.

- Nur, S. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*. Bangka: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB ,.
- Rahman, S. A. (2020). *Biostatistik Deskriptif*. Yogyakarta: Samudra Biru
- Rahmawati, A. R. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Nurul Izza Yogyakarta. (*Skripsi Sarjana: UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta*). Diakses dari <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/22421/>
- Razak, M. (2021). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rianto, N. (2015). *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rozalinda. (2016). *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, T. F. (2018). “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond’s”. (*Skripsi Sarjana: UIN Negeri Sumatera Utara, Medan*). Diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/4554/>
- Soeranto & Arsyad, L. (1990). *Metode Penelitian untuk Hukum dan Bisnis*. Yogyakarta : UPP YKPN.
- Subagyo, J. (2011). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyadi, E. (2021). *Analisis Pengendalian Kualitas Produk dengan Statistical Process Control*. Banten: Pascal Books.
- Syofian, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Tarigan, A. A. (2016). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Tika, P. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tim Penyusun Buku Panduan Statistik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. (2016). *Modul Ekonometrika. (Analisis dan Pengelolaan Data Dengan SPSS dan Eviews)*. Sukarame: UIN Raden Intan Lampung.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. (Edisi 4)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibisono, Y. (2005). *Metode statistik. Yogyakarta*. Gajah Mada University Press.
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: FEB-UP Press.
- Yunita, B., & Pradekso, T. (2020). "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G Unlimited". *Interaksi Online*, 8(3), 55-65.