

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, Nur. M Mukery Warso dan Leonardo Budi Hasiolan. 2016. Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Studi Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT di Waleri Kendal). *Journal of Management* Vol. 2. No.2. Maret
- Andayani, Lestari. 2018. Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Melalui Faktor Budaya di Kabupaten Lahat. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 8, No. 1. Desember.
- Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Angipora, Marius P. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anggriani, Devi. 2019. Pengaruh Merek (Brand), Kemasan (Packaging) dan Harga (Price) Terhadap Keputusan Pembelian Selai Buah Homomade di Medan, *Jurnal Manajemen Tools*, ISSN: 2088-3145, Vol. 11, No. 2, Desember
- Annisa, Intan Tri dan Angga Pandu Wijaya. 2019. Pengaruh Keterlibatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*. e- ISSN: 2685-6654. Vol. 14. No. 2. Oktober
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Caroline. 2019. *Metode Kuantitatif*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Canon, Joseph P, dkk. *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chifman dan Kanuk. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Choriroh, Anis. 2019. Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Safi di Kota Semarang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 1990. *Al- Qur'an dan tafsirnya*. Jakarta: Departemen Republik Indonesia

- Departemen Agama Republik Indonesia. 2005. *Al Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Syamil Cipta Media.
- Elondri. 2017. Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kepuasan Transaksi Online Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen Shopee. co.id). *e- Jurnal Apresiasi Ekonomi*. ISSN: 2337-3997. Vol. 5, No. 3. September.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Statistik Multivariant dengan Program IBM 21, Ed. 7*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kementerian Urusan Keislaman, Wakaf, Dakwah, dan Bimbingan Islam Kerajaan Arab Saudi. 1435 H. *Alqur'an dan Terjemahnya*. Arab Saudi: Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba'at Al Mushaf Asy Syarif.
- Khimchuk, Marianne Rosner dan Sandra A Krasovec. 2007. *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lance Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*. Malang: UB Press
- Lay, William Devrillio dan Tina Melinda. 2019. Citra Merek, Harga dan Kemasan Berdampak terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Nexfood, *Jurnal of Management and Business Review*. Vol. 16. No. 2.

- Maulana, Asep. 2019. Pengaruh Merek dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Pucuk Harum Pada Siswa Siswi SMKN 1 Jatidiri. *Value Journal of Management and Business*. Vol. 4. No. 1. 2019.
- Manuarang, Romario Nimrod dan Mukhammad Kholid Mawardi. 2018. Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 55, No. 3.
- Muflih, Muhammad. 2009. *Perilaku Konsumen Dalam Perpektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, Setiadi J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Nuraeni, Dina. 2020. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani, (Penelitian Pada Masyarakat Kaum Perempuan di Kecamatan Cibitung Bekasi). *Al Fatih Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*. ISSN: 2580- 8036. Vol. 2 (1).
- Nurcholifah, Ita. 2014. Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa – Journal of Islamic Studies*. Vol. 4. No. 1. Maret.
- Putra, Eko. 2016. Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Pasaman Barat. *e- Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol. 4. No. 3. September.
- Priantono, Taufan Setya dan Hendri Soekotjo. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Eiger Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. e- ISSN: 2461-0593. Vol. 8. No. 4.
- Priyato, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta. Andi
- Rambat dan Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Selamba Empat.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. Pengaruh Promosi, Huga, dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bhan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sanata Darma.
- Resmi, Nanda dan Tri Wismiarsi. 2015. Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam Sriwijaya*. Vol. 13. No. 1. Maret.
- Riyono. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. ISSN: 2252-826. Vol. 8. No. 2. Juni

- Rusniati dan Rini Rahmawati. 2019. Green Product: Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal INTEKNA*. Vol. 19. No. 1. Mei
- Salfiana, Lili dan Nur Afriyani. 2017. Pengaruh Harga, Kemasan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Oleh Khas Pariman. *MENARA Ilmu*. ISSN: 1693-2617 Vol. 11. Jilid 2. No. 78. November.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanjaya, Sanny. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan produk, dan Kergaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Late. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 1. No. 2. Juni.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: PT Indeks.
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya dan Efendi. 2015. *PRINSIP –PRINSIP PEMASARAN-Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Sistaningrum. 2002. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: PT Index.
- Simamora, Bilson. 2007. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT Prestasi Pustakarya.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi 2*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swastha, Basu dan Hani T. Handoko. 2013. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI
- Widarjon, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Wardhana, Aditya dan Zainuddin Iba. 2014. Pengaruh Penjualan Personal terhadap Pengetahuan Produk dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil SUV Premium di Jawa Barat. *Jurnal Kebangsaan*. ISSN: 2089-5917. Vol. 3. No. 5. Januari.
- Yoesmanam, Indarto Candra. 2015. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 7. No. 2. Februari.