

DAFTAR RUJUKAN

- Achidah, Nur *et al.* 2016. Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Journal of Management*. Vol. 2 (2).
- Agustina, Anggi. 2020. *Pengaruh Internet Marketing Dalam Pembentukan Brand Awreness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Konsumen Rindu syar'i*. Skripsi: IAIN Metro.
- Aisya, Sitti *et al.* 2020. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 2 (1).
- Akkas, Nasrulkhak dan Marwana. 2019. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV Anugerah Perdana Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*. Vol. 6 (1).
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aristiyani, Afidah. 2015. *Penetapan Harga Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Genteng Dalam Perpektif Marketer Syariah (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Genteng di Desa Meteseh Kecamatan Boja Kabupaten Kendal)*. Semarang. Skripsi: UIN Walisongo.

- Batubara, Azmiani dan Hidayat, Rahmat. 2016. Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman*. Vol. 4 (1). hlm. 36-37
- Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Dahmiri *et al.* 2020. Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 11(1). hlm.2.
- Dinawan, Muhammad Rhendria. 2010. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesi.*, Vol. 9 (3).hlm. 338.
- Diniaty, Dewi dan Agusrinal. 2014. Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan (Studi Kasus: Home Industry Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung). *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*. Vol. 11 (2). hlm. 177.
- Fasa, Muhammad Iqbal *et al.* 2020. *EksistensiBisnis Islami di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Fauroni, R. Lukman. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Yogyakarta: PT LkiS Printing Cemerlang.
- Firdaus, Afdilah. 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Rumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT. EFA ARTHA UTAMA). *JOM FISIP*. Vol. 4 (1). hlm. 4.

- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasarn Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hafidhuddin, Didin. 2003. *Islam Aplikatif*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Harahap, Eliya Fatma. 2018. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Journal og Knowledge Management*. Vol. 12 (1). hlm. 012-020.
- Harahap, Dedy Ansari. 2015 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Vol. 7 (3). hlm. 233
- Harahap, Isnaini et al. 2017. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, Nurul Fatma. 2017. Konsep Dan Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Istithmar*. Vol. 1 (1). hlm. 72-74.
- Hergastyasmawan, Angga. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Lokasi, Harga, Promosi, dan Pelayanan) Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam di Warung Ayam Geprek "Preksu" Tahun 2018*. Yogyakarta. Tesis: Universitas Islam Indonesia.
- Hulaimi, Ahmad *et al.* 2017. Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*. Vol. 2 (1).hlm. 21-22.

- Istikomah, Ayu. 2019. *Pengaruh Infrastruktur dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pasar Wage Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo)*. Ponorogo. Skripsi: IAIN Ponorogo.
- Jusuf, Dewi Indriani. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: ANDI.
- Kodu, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 (3). hlm. 1252-1258.
- M, Januarista Poppy *et al.* 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 57 (2). hlm. 14.
- Manik, Cornelia Dumarya. 2017. Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik Pada Pt. Cakra Raya Teknologi Di Tangerang Kota. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 1 (1). hlm. 117-118.
- Marlius, Doni. 2020. Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*. Vol. 1 (1). hlm. 59-60.
- Mubarok, M Hilmi Pengaruh. 2019. Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Soda (Studi pada Konsumen Sambeer.co Malang). *Jurnal JIMFEB*. Vol. 8 (1).
- Mukti, Mohamad Yusuf Dana. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*. Vol. 2 (1). hlm. 90.

- Nandiroh dan Yolamalinda. 2013. Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Dharmasraya. *Journal of Economic and Economic Education*. Vol. 2 (1). hlm. 28-32.
- Nasution, Siti Lam'ah *et al.* 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, kepercayaan, kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commers Shopee. *Jurnal Ecobisma*. Vol. 7 (1).
- Ong, Ian Antonius dan Sugiharto, Sugiono. 2013. Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya. *Jurnal Managemen Pemasaran*. Vol. 1 (2).
- P., I Putu Ade A. dan J., I Gusti Agung N.T. 2012. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Purwoto, Agus. 2007. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo.
- Rangkuty, Freddy. 2002. *Creating Effective Marketing Plan Terknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer Values dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rismadayanti, Nina. 2020. *Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Hotel Dan penginapan Di Area Wisata Telaga Ngebel Ponorogo*. Ponorogo. Skripsi: IAIN Ponorogo.

- Sachari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Salim, Zamroni dan Munadi, Enawati. 2017. *Info Komoditi Furnitur*. Jakarta: BPPP.
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan dan K., Arief Bowo Prayoga. 2015. Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1 (3).
- Sasnita, Afriyani *et al.* 2019. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 1 (2). hlm. 74-75
- Selang, Christian A.D. 2013. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 (3). hlm. 73.
- Senggetang, Vania *et al.* 2019. Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 7 (1). hlm. 883.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Simamora, Bilson. 2003. *Memengangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini dan Said, Syahnur. 2019. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Di Kota Makasar. *Center of Economic Student Journal*. Vol. 2 (2).
- Sujianto, Agus. 2009. *Eko Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publiser.
- Sumolang, Karina S. dan Mandey, Silvy L. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado Menggunakan Kartu Simpati Telkomsel. *Jurnal EMBA*. Vol.6 (1). hlm 261-270.
- Supriadi. 2018. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Susanti, Evi. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang*. Palembang. Skripsi: UIN Raden Fatah. Tyas, Rizqa Ramadhaning. 2015. *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis Islam, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Keuangan Syariah di BMT Usaha Karang Jati*. Skripsi: STAIN Salatiga.
- Tiakoly, Kataruddin *et al.* 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama. *Jurnal Iqtisaduna*. Vol. 5 (1). hlm. 103.
- Tusa'adah, Mu'lina. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Jual Mebel Minimalis Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Di Sentra Kampoeng Sembada Ukir Jepara (Studi kasus di Desa Petekeyan*

Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara). Semarang. Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo.

Wanda, Kanisius Waro. 2015. Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Lulu Mart Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 3 (4).hlm. 759.

Wangko, Mega Christine. 2013. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada PT Astra Internasional-Izuzu Manado *Jurnal EMBA*. Vol. 1 (3). hlm. 541-549.

Wibowo, Dimas Hendika *et al.*2015 Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 29 (1). hlm. 61.

Widiastuti, Hesti dan Widiowati, Sri Yuni. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mie Jakarta 69, Jl. MT. Haryono No. 914B, Semarang). *Jurnal Fokus Ekonomi*. Vol. 9 (1).hlm. 2.

Yulianto, Nur Achmad Budi dkk. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Polinema Press

Yusuf, Muhammad Saleh dan Said, Miah. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.

Zamzam, Fakhry dan Aravik, Havis. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish.

Zulaicha, Santri dan Irawati, Rusda. 2016. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. Vol. 4 (2).

Zulianto, Mukhamad *et al.* 2018. Pengaruh bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RM Ayam Bakar wong Solo Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 12 (2).