

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Mada Faisal dan Ugeng Budi Haryoko.2020.Pengaruh Promosi dan arga Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang.*Jurnal Ekonomi Efektif*. Vol. 2, No.2.
- Anggraini,Novita,dkk.2020.Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani di Palembang.*Jurnal Neraca*. Vol. 4 No. 1.
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati.2009.*Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*.Surabaya:Pusat Penerbitan dan Percetakan Unair (AUP).
- Duli, Nikolaus.2019.*Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data Dengan SPSS*.Yogyakarta:Deepublish.
- Ellisshanty,Silvia Iga.2017.Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di UKM Bakso Kemasan M dan M di Mojokerto.*Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 1 No. 1.
- Fatihudin,Didin.2015.*Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.Surabaya: Zifatam Publisher.
- Firmansyah, Anang.2019.*Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*,t.t: Qiara Media.
- Gerung,Christy Jecklin,dkk.2017.Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT.Wahana Wirawan Manad.*Jurnal EMBA*. Vol. 5 No. 2.
- Hermawan,Asep dan Husna Leila Yusran.2017.*Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*.Depok:Kencana.
- Huda,Nurul.dkk.2017.*Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*.Jakarta:Kencana.
- Kasanti, Novera ,Anderson Wijaya dan Suandry.2019.Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT. AIM Safety Indonesia. *Jurnal AJIE*. Vol. 4 No. 4.
- Kementerian Agama RI,*Al-Quran dan Terjemahannya*.2019. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.

- Kusumastuti, Adhi, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing Edisi 13*. United States of America: Person.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2012. *Marketing Management*. Editions New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Natsir, Muhammad Halim. dkk. 2017. *Industri Pakan Ternak*. Malang: UB Press.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Raharjo, Tri Weda dan Herukmi Septa Rinawati. 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.
- Schifman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sudarsono, Hery. 2020. *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Cv. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

- Sukirno, Sadono.2008.*Mikroekonomi Teori Pengantar*.Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono.2016.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R \$ D*.Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy.2011.*Strategi Pemasaran*.Yogyakarta: Ani Publisher.
- Tjiptono,Fandy.2019.*Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta:ANDI (Anggota IKAPI).
- Waluko,Agnes Ligia P,dkk,2014.Pengaruh Kualitas Produk, Harga,Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa.*Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 3.
- Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati.2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam.*Jurnal Inovasi dan Bisnis*. Vol. 4 No. 2.