

Daftar Rujukan

- Agustina, Eka. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian One Push Vapedi Kecamatan Kertosono. Ekonomi Manajemen*, 1 (09).
- Afida, Afibatus dan M Taufiq Zamzami. 2020. *Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayanan Kota Salatiga. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4 (2). 106.
- Andiyani, Veti. 2018. *Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi.
- Anggraini,Devi. 2022. *Analisis Trand dan Diskon Terhadap Keputusan Pemblian Fashion Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Skripsi.
- Aprianto,Iwan. dkk, “*Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Arda,Mutia. dkk. 2022. *Perencanaan Bisnis dan Cara Mudah Menyusun Business Plan* (Cetakan Pertama)Medan: UMSU Press.
- Arifin, Afdahal Anan. 2017. *Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Pada PT. Suracojaya Abadi Motor*. Skripsi.
- Arifin,Zainal. 2006. *Dasar-Dasar Managemen Bank Syariah* . Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Asyarifin, Nur’adila. 2018. *Pengaruh Produk Berlabel BPOM Terhadap Keputusan Beli Masyarakat Pada Kosmetik di Ponorogo*. Skripsi.
- Balqis,Putri. 2019. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Menurut Prespektif Ekonomi islam*. Skripsi.
- Bintang Fortuna,Inti. 2018. *Pengaruh Kulaitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) AQUA dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Skripsi.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*,Cetakan 1.Sulawesi Selatan: Global-RCI.
- Darmastuti,Ismi. Dkk. 2022. *Etika Bisnis (Konsep, Teori, Dan Implementasi)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Darwin, Muhammad, dkk. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2002. *Al-Qur’an Terjemahan Edisi Baru*. Surabaya: Al-Hidayah.
- Etheses.Uin-malang.ac.id>08220028_bab 2. Diakses pada tanggal 23 Agustus 2022 jam 19.48.
- Ismanto,Kuat. 2009. *Manajemen Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Falah, Anisatun. 2020. *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Studi Kasus pada Konsumen Toko Agung Supplier Purwokerto*. Skripsi.

- Farhan, Ahmad. 2018. *Pelaksanaan Sertifikasi Halal LPPOM MUI Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi LPPOM MUI PROVINSI BENGKULU)*. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Vol.3 No. 1.
- Fattika Sari, Trya. 2019. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk POND'S*. Skripsi.
- Fikri, Sayid. 2021. *Analisis Citra dan Layanan Purna Jual Sebagai Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Vivo Smartphone Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Surabaya : Qiara Medis.
- _____. 2018. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Fitri Yanti, Fitri. 2017. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Viva Kosmetik Pada Mahasiswi FEBI Muhammadiyah Palembang*. Skripsi.
- Fuzi, Yayan. 2015. *Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah, (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 1(3). 145
- Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Yrama Widya.
- Grace, Marissa dkk. 2021. *Strategi pemasaran, Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Gramhir. <https://gramhir.com/media/194668493972618500> (diakses 3 juli 2022 pukul 13.36).
- Gutom, Novianti. dkk. 2022. *Teori Pemasaran : Pendekatan Manajemen Bisnis*. Bandung: CV. Media sains Indonesia.
- Handayani, Tutut dan Muhammad Anwar Fathoni. 2019. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, Edisi 1. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Kertajaya, Hermawan. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kholida, Nur dan Muhammad Arifiyanto. 2020. *Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Kosmetik*. t.tp.,t.p.,
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi Kedua belas, Jilid 1)*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Koler, Philip. 2011. *Manajemen Harga*. Jakarta : Erlangga.
- Kurniasih, Dedeh. 2021. *Kepuasan Konsumen*, Cetakan Pertama. Bnaten : Bintang Sembilan Visitama.
- Kusumanigtyas, Putri. 2017. *Pengaruh Produk Brand Image (Citra Merek) Pakaian Bekas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pasar Rakyat Kota Teluk Kuantan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi.
- Kristianto, Vigih Hery Kristianto. 2018. *Metodologi Penelitian : Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Lisapaly, David. 2021. *Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bank*. Jakarta: Media Sains Indonesia.

- Mahendradicky. *Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Pengembangan Fikih Muamalah*. <http://mahendradicky.blogspot.com/2012/01/inovasi-produk-perbankan-syariah-dari.html>, diakses pada 26 Agustus 2022.
- Mansah, Adi. 2022. *Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Al-Qur'an* (Cetakan Pertama). Sumatera: CV. Azka Pustaka.
- Mansur, Helinda. dkk. 2022. Atribut Produk Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 5 (1). diakses pada tanggal 27 Agustus 2022.
- Miati, Iis. 2020. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwarra*. 1 (2). 82.
- Muslimah, Sofhatul. 2020. *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Santri Dalam Pembelian Produk Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pondok Pesantren At-Thabraniyyah Serang)*. Skripsi.
- Mutiara dan Imam Wibowo. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 2, 13.
- Naainggolan, Romauli dan Otniel Suryajaya. 2020. Pengaruh Product dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kukki Deli Dengan Pemasaran Online Sebagai Variabel Mediasi. *Management Sunstainable Development Journal*, 2, 90.
- Nasruddin. 2021. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo*.
- Nisfiannoor, Muhammad. 2009. *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Oktarini, Riri. 2021. *Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Payatnya, I Putu Andre. 2018. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analistik Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: DEEPUBLISH
- Panjawa, Jihad Lukis dan RR Retno Suguharti. 2021. *Pengantar Ekonometrika Dasar*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta.
- Pratami, Niluh Kurnia Dewi, Nana Trianasari Antasari, dan Rahutama Atidira. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 31.
- Primadhani, Erry Fitria. 2018. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon*. Skripsi Hukum Bisnis Islam UIN Maliki.
- Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/> (diakses tanggal 30 juni 2022).
- Rahayu Lestari, Endah. 2020. *"Manajemen Inovasi"*. (Cetakan Pertama). Malang: UB Press.
- Rahmawati, Ita dkk. 2020. *Faktor Discount, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Implusif*. Jombang : Universitas KH. A. Wahab Hasbullah..
- Rahmawati, Nunung. 2015. *Pengaruh Kebutuhan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Dalam Prespektif Islam*. Skripsi.

- Rofi'a, Rona. 2021. Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bnago Yang diMediasi Oleh Minat Beli. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 9 (3). 1492-1500.
- Rosa, Ulyani. 2021. Pengaruh Label Halal Dan Kode Bpom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Konsumen Muslimah (Studi Kasus Anggota Ikatan Pelajar Putri Nahdatul Ulama (IPPNU) Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan). Skripsi.
- Sa'adah, Lailatus dan Abdullah Fajar Munir. 2020. Kualitas Layanan , Harga, dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. Jombang : Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sa'adah, Lailatus dkk. 2020. *Implementasi Pengukuran Current Ratio Debt To Equity Ratio dan Return Of Equity Serta Pengaruhnya Terhadap Return*. Jombang : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.
- Sari, Rendika Putri Kartika dan Ida Aryati. 2019. *Pengaruh Brand Image, Lokasi dan Gaya Hidup Terhadap Kputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret di Surakarta*. *Edunomika*, 3(1),20.
- Sari, Rissa Mustika dan Prihartono. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5, 1175.
- Savira, Lady A. 2021. *Pengaruh Atribut BPOM Terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik. (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bagan Sinembah, Kabupaten Rokan Hilir, Riau.)*. Skripsi.
- Sella Anggraini, May. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS Glow Cabang di Klaten. Skripsi.
- Sianipar. 1999. *Yang Lebih dari Kecantikan fisik ialah inner beauty*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sitorus, Sundai Ade, dkk. 2022. *Brand Marketing The Art Of Branding*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Sopiah dan Etta Mamang. 2019. *Salesmanship "Kepenjuala"n* (Cetakan Pertama). Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Sopya Marwati, Siti. 2022. *Pengaruh Citra Merek dan pengetahuan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Gula Semut Aren Sewu di Kabupaten Garut*. Skripsi.
- Srimenda, Shinta. 2018. *Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online*. Skripsi.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan 23). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sumargo, Bagus. 2020. *Teknik Sampling*. Jakarta Timur: UNJ Press.
- Sumber dari dinas kesehatan IMPRES yang disahkan pada 10-03-2017
- Tasnim dkk. 2021. *Komunikasim Pemasaran*, Cetakan 1. Medan : Yayasan Kita Menulis.

- Timotius, Kris H. dan Putri Christian. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian : Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan (Edisi 1)*. Yogyakarta: CV . ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2020. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia
- _____. 2018. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andy
- Toyo, Mulyani. 2019. *Labelisasi Halal terhadap Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam*. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1). 71.
- Trinanda, Okki.dkk. *Perilaku Konsumen* (Cet. Pertama). Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Umbarani, Ellite Millenitta dan Agus Fakhruddin. 2021. *Mempercantik Diri Dalam Perspektif Islam dan Sains*. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1).
- Wahyuni, Sri. 2020. *Kinerja Sharia Conformity and Profitability Index dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Widyana. 2020. *Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Impulse Buying Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Alfamart Di Kota Metro)*. Skripsi.
- Wulandari, Nimas. 2020. *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart*. Skripsi.
- Yulistiara, Erika. 2021. *Pengaruh Brand Scarlett, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Prespektif Ekonomi Islam di Era New Normal*. Skripsi.
- Zainal, Rivai Veithzal. 2017. *Islamic Marketing Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Zulham. 2018. *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal (Edisi Pertama)*. Jakarta: Kencana.