

DAFTAR PUSTAKA

- Martono, M., dan S. R Iriani. 2014. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan”, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 2, No. 2, pp. 687-699.
- Suradi, Mujiono, Yunelly, A. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau). Jurnal Administrasi Niaga.
- Hanif, Nadila Ulfa. 2014. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Hijab (Studi Kasus Toko Fidza Collection di Desa Mayangkawis Kec. Balen Bojonegoro. Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.
- Nurul, Ika. 2015. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Membeli Kerajinan Kayu Pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.
- Prawira, Bayu dan Ni Nyoman Kerti Yasa. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di kota Denpasar. Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Sutrisni. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Universitas Diponegoro.

Rachma, Anindya Andanawari. 2014. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Diponegoro. Sarjono, Bambang. 2013.

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Orbith*, vol. 9 no. 3 November 2013:228-235.

Swisstiani, Feby. 2014. Pengaruh Harga, Efektivitas Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Zalora. Universitas Negeri Yogyakarta.

Nur'aeni, Fitriani, I., & Syamsul, M. E. (2020). Citra Merek, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Mabrur. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 3(2), 115–121.

Ong, I. A., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–11.

Fitriyah, Faridatul. —Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Universum* 10, no. 2 (2016): 165–76. <https://doi.org/10.30762/universum.v10i2.257>.

Joel, Greg, James D.D Massie, and Jantje L Sepang. —Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Jurnal Riset*

Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 2, no. 3 (2014): 1463–72.
<https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5895>.

Wigati, Sri. —PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh: Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya).*PrilakuKonsumen* 01, no. 01 (2011): 22–39.

Widodo, Untung, —Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Merek Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Gelang Gemilang Jaya Bella Spring Bad Semarang*Journal Ilmiah Ekonomi*, Vol.15, No.1, Juni 2020.

Wigati, Sri. —PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh: Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya). *PrilakuKonsumen* 01, no. 01 (2011): 22–39.

Ampuero, O., & Vila, N., 2006. Consumer perceptions of product packaging. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23(2), pp. 100-112.

Fadillah. A.P. 2013. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Outlet The Body Shop Java Mall Semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Erviana, A. 2014. Analisis Pengaruh Desain kemasan dan Cita Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Saripohatji di Bandung. Thesis.Unikom. Bandung