

DAFTAR PUSTAKA

- A. Prasetyo, “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minimum The Kemasan The Botol Sosro* (Doctiral Dissertation, Universitas Negri Jakarta).” (n.d)
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, (2018), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, hal.180.
- Andi Pramesti Ningsih, (2022) *Metode Penelitian Kesehatan Masyarakat* (Jakarta: PT Global Eksekutif Teknologi), hal.106
- Andi Wijaya, dkk, *The Art of Digital Maerketing Strategi Pemasaran Generasi Mileniall*, (Bandung: Media Sanins Indonesia 2022), hal 146-147
- Angga Hergastyasmawan, *Pengaruh Bauran Prmasaran (Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Dan Pelayana) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam Di Warung Ayam Geprek ‘Preksu’ Tahun 2018*” (Universitas Islam Indonesia,2008)
- Assauri, S.(2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal.267.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjow, (2007), *Pengantar Bisnis Moderen*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,) Ed. 3, Hlm, 211” (n.d).
- Budianto, (2016), *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Ombak, April.
- Budianto, Apri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: Ombak), hal.49
- Budiantomo, Apri, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.(2016) Hal.490
- Dewi dan Prasdinari, (2022), “*Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Sabdo Palon di Sukoharjo*”,*Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan* Vol.3 (1)
- Didik Gunawan, *Keputusan Pembelian Konsument Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*, (Pandang: PT Invasi Pratama Internasional, 2022), hal.3
- Dr. Meithiana Indasari.(2019), *Pemasaran dan Keputusan Pelanggan*.
- Edi Sukaedjono, *Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pedagang-pedagang Pasar Parung Panjang Bogor Terhadap Pedagangdi pasar lain*, *Jurnal Ilmia Manajemen*, Vol. 3, no. 2, 201

- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Bandung*. Jurnal Wawasan Manajemen, 17-32
- Ferdy Wijaya, “*Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza.*”
- Garafika and Winda Feriyan, (2018), “ *Promosi Dan Pengaruh Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta.*” Jurnal Aktual 16, no.1. Hal.223.
- Ghozali, Imam.(2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang).
- Ian Anonomus Ong dan Sugiono Sugiharto, (2019), “*Analisis Pengaruh Strategi Deferensi, Citra merek, Kualitas Produk dan HARGA Terhadap Keputusan Pelanggan Cincin Station Surabaya,*”*Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1 (2).*
- Ismayan, S., & Hayati, N.*Pengaruh Kualitas Produk Dan HARGA Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. JSMA (Jurnal Sains Manajemen Akuntansi),(2018), 10(2), 1-15*
- Kotler, P. & Keller, K.L, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. Kotler, P. & Keller, K.L,(2016), *Manajemen Mepasaran*, Jilid 1 Edisi ke 12 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Amstrong, G., (2016), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. (2018), *Principles of Marketing. Seventeenth Edition. Harlow: Pearson Education.*
- Lesman, R., & Ayu, S. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Thenology and Innovation*. Jurnal Pemasaran Kompetitif.2(3), 59-72.
- Matthew B, Mile dan A, Mishael Huberman,(2009), *Analisis Data Kuantitatif* (Jakarta: UI Press), hal.16-21
- Meithiana Indasari, “*Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*”. (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 70
- Moh. Sidik Pradana,(2009), *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, hal.3.

- Muhammad Ulil Absor, Leonardo B Hasiolan Dan Djamaludin Malik, (2019), *“Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus Di Area Kabupaten Demak),* hal.1.
- Muhammad Ustman D.y, (2020), *“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia”*, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 9 (6)
- Muhammad Alimin, (2004), *“Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam,”* *Ekonomi Islam* : 197
- Nina Rismadayanti, (2018), *“Pengaruh, Harga, Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Hotel Dan Penginapan Di Area Wisata Telaga Ngebel Ponorogo”*, Skripsi (IAIN Ponorogo).
- Nurcholis Maarif, *Shopee Jadi E-commerce Terpopuler di Indonesia dalam* <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4943363/shopee-jadi-e-commerce-terpopuler-di-indonesia> diakses tanggal 27 September 2023
- Philip Kotler and L, Keller, *Manajemen Pemasaran, Ketinggabela.* (Jakarta: Erlangga,2012), hal.272
- Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt. Piji di Jawatimur, (*Jurnal Manajemen Dan Star-Up Bisnis* vol2, no1, 2017) hal 188
- Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS Untuk Penelitian Dan Riset Pasar,* (Jakarta: PT Elex Media Komputido.
- Rokmat Subagio, (2017), *“Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan”* hal.19
- Siti Aisyah et al, (2020) *“No Title Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ditoko Nimshop Palu”*, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam vol.2 (1)
- Siti Lam’ah Nasution ae al. (2020), *“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commers Shopee,”* Jurnal Ecobisma Vol.07 (1).
- Sri Eka Wulandari, *“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Keripik Dangke Di Kabupaten Enrekang”* (Skripsi Universitas Muhammadiyah Makasar, 2018). Hal.70
- Sugiono,(2013), *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D* (Bandung: Alfabet),

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal.8

Sugiyono, (2017) *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: alfabeta),

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung. Alfabeta).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sukarno Wibowo, dedi Supriadi, (2013), *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, Hlm 221” (n.d)

Sunarji Harap, *Studi Kelayakan Bisnis* (Medan: FEBI UIN-SU press, 2018), 166.

Yosef Tonce dan Yosep Darius Purnama Ranga, *Minat Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk*, (Indramayu: CV Adanu Bimata, 2020), hal.8