

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Aziz & Mariyah Ulfah. 2020. "Larangan Tadlis dalam Perspektif Fiqh Muamalah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 1.
- Ahmad Fauzi. 2021. "Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Praktik Perdagangan Nabi Muhammad SAW." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers).
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Al-Qur'an. (2004). Surah An-Nisa [4]:29. Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta.
- Albi Anggito dan Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Amalia, Rizki. "Persaingan Usaha dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (2019).
- Andi Fahmi Lubis dkk., 2021. *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha).
- Andi Prasetyo dan Rahmat Hidayat. 2021. *Decoy Effect* sebagai Strategi Penentuan Pilihan Konsumen", *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, Vol. 15, No. 3.
- Aniq Hanif, Muhammad Jihad. "Pengaruh Decoy Effect, Endowment Effect, dan Anchoring Effect terhadap Keputusan Pembelian Paket Netflix pada Masa Pandemi di Semarang." Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2022.
- Budi Sutrisno. 2021. *Ekonomi Perilaku: Teori dan Fenomena Konsumen Modern*. Yogyakarta: Andi.
- Budi Yulianto Wibowo. 2023. "Behavioral Economics Insights into Consumer Decision-Making in Online Marketplaces," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 11 No. 3
- Cahyani, Afrilia. "Kajian Atas Barang Umpan (Decoy Product) dalam Hukum Persaingan Usaha dan Hukum Perlindungan Konsumen." Skripsi, Universitas Brawijaya, Malang, 2023.

- Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019.
- Dewi Maharani & Muhammad Yusuf. 2020. "Implementasi Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Transaksi Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Aktivitas Ekonomi Halal." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 3 No. 2.
- Fandy Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Fauzan, and Siti Aminah. "Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Kegiatan Bisnis." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2020).
- Firhananto, Cindy Priskila. "Pengaruh Decoy Effect dan Product Bundling terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen KFC Gajah Mada Jember)." Skripsi, Universitas Jember, 2023.
- Fitri Novilia. "Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Utama di Malla Fashion Store." *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 5 (2023).
- Hamid, Neng Ainun. "Analisis Strategi Decoy Effect dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Produk Unggulan di Mlipir Ngopi Purbalingga." Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022.
- Huber, James., John W. Payne., dan Christopher Puto. 1982. "*Adding Asymmetrically Dominated Alternatives: Violations of Regularity and the Similarity Hypothesis.*" *Journal of Consumer Research*, Vol. 9.
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Kasali, Rhenald. 2018. *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dalam Strategi Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Ayu, and Rian Prabowo. "Pengaruh Decoy Effect dan Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone di Kota Bandung." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis (JIMB)* 13, no. 1 (2022).
- Malahayati, R., dkk. 2025. Pendekatan *Rational Optimizing vs Satisficing* dalam Pengambilan Keputusan Kepala Sekolah. *JGK (Jurnal Guru Kita)*, Vol.10, No.1
- Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.

- Muhammad Abduh, and Elif Pardiansyah. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran dengan Metode Decoy Effect." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022).
- N. J. Setiadi. 2021. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer dalam Motif, Tujuan, dan Keputusan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ningrum Natasya Sirait. 2018. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Bangsa Press.
- Novilia, Fitri. "Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Utama di Malla Fashion Store." *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 5 (2023).
- Nur Solikin. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Nurdin dan Ahmad Yani. 2021. "Analisis Penerapan Marketing Mix dalam Strategi Pemasaran Produk." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6 No. 1.
- Nurul Huda & Mustafa Edwin Nasution. 2019. "Hukum Ekonomi Syariah dalam Praktik Pemasaran." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 5 No. 2.
- Primorah Arahap. 2025. "Strategi Kesiapan Dunia Usaha Menghadapi Globalisasi Dunia di Era Keterbukaan Teknologi Informasi." *Kompasiana*. Diakses 10 Desember 2025.
- Rahmadani, dkk. "Pengaruh Decoy Effect terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Starbucks Tunjungan Plaza 6 Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16, no. 2 (2022).
- Republik Indonesia. 1999. *Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.
- Republik Indonesia. 1999. *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.
- Rikardo Simanjuntak. 2019. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rini Astuti dan Bambang Supriyadi. 2020. "Strategi Penetapan Harga Psikologis dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Konsumen." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 8 No. 2.

- Rustanti, Dini. “Penerapan Decoy Effect, Loyalitas Merek, dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks di Golden City Bekasi.” Skripsi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, 2019.
- Sabiq, Sayyid. Fiqh Sunnah. Jilid 3. Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2013.
- Setiadi, N. J. 2021. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer dalam Motif, Tujuan, dan Keputusan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ulfa, Misbahuddin & Nur Taufiq Sanusi, 2025. “Prinsip Etika Bisnis dalam Islam”, *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari’ah*, Vol. 6 No. 2
- Wawancara dengan Bu Mafi. 2026. Pemilik Usaha Geprek Mayar Plosokandang, Kabupaten Tulungagung, 29 Januari 2026.
- Wawancara dengan Mas Dimas. 2026. Pemilik Usaha Geprek Gedang Kane Plosokandang Kabupaten Tulingagung, 20 Januari 2026.
- Wawancara dengan Elfa, selaku konsumen Geprek Gedang Kane, 20 Januari 2026.
- Wawancara dengan Septi, selaku konsumen Geprek Gedang Kane, 20 Januari 2026.
- Wawancara dengan Yanu, selaku konsumen Geprek Mayar, 29 Januari 2026.
- Wawancara dengan Verol, selaku konsumen Geprek Mayar, 29 Januari 2026.