

## DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, D., & Harwani, Y. (2020). The Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions in Sari Roti in West Jakarta. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 120, 296–301.
- Angraini, D., & Herwani, Y. (2020). The Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions in Sari Roti in West Jakarta. *Advances in Economics, Business and Management*.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2010. *Pembentukan Bank Syariah melalui Akuisisi dan Konversi (Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam)*. UII Press: Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahri, Syabbul. “Promosi Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Artikel Antalogi Kajian Islam*, Vol. 15, No. 1, 2010.
- Cindy, & Mulyandi, M. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Penggunaan Aplikasi Airyrooms). *Syntax Idea*, 2(9), 528–536.
- Febrianto, D. (2021). Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.com Pada Pengikut Akun

- Twitter @biliblidotcom. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 206–217.
- Ferdinand, Augusty. 2007. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016., *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2 Edisi 8*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England.
- Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah Universty Press. Surakarta
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127–143.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
2007. *Manajemen Pemasaran: Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. Prentice Hall International, Inc.”

- Lohonusa, A. I., & Yunita Mandagie. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 511–520.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern Acuan Wajib Mahasiswa dan Profesional*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Nggilu, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2691–2700.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259–270.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.

- Ristanti, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 1026–1037.
- Riza, F., & Harsono, A. A. (2020). The Relationship of Product Quality and Discount toward Purchasing Decisions on Manufacturing Brand Startup (The Case in Jabodetabek). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(1), 1056–1061.
- Salim, A., & Fermayani, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, Tampilan dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Departement Store Padang. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(3), 1–14.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tanady, ES, & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen* , 9 (2).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2018). *Service Quality & Satisfaction*, 4th Edition. Yogyakarta: Andi Offset.

Widodo, A. S., & Wardani, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cendo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 62–67.

Wigati Sri. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Maliyah*. Vol 1 No. 1, Juni. 2011.

<https://quran.kemenag.go.id/surah/5/100>

<https://tafsiralquran.id/>

<https://www.tokopedia.com>