

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, J. (1983). *Al-Mashalih al-Mursalah wa Makanatuha fi al-Tasyri'*. Mesir, *Matba'ah Al-Sa'adah*, Cetakan Pertama, Tt.
- Aji, N. S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Tas Ransel Merek REI (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 1(1), 1–74.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Aqla, R. N. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UNIQLO PONDOK INDAH MALL JAKARTA. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta. *Arikunto, Suharsimi 2014*, 53(9).
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi / Prof. DR. Sofjan Assauri, M.B.A. Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada*
- Darmawan, M. R., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RAKET YONEX. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen TRI BISNIS*, 2(2), 129–140.
- Dinar Oktadiani, O., & Nur, L. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo Di *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Duski, I. (2019). *Al-QawaId Al-Fiqhiyah (Kaidah-Kaidah Fiqih)*.
- Ghozali, I. (2016). Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1).
- Habibah, & Sumiati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. 1(1), 31–48.
- Huda, N. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SCUTER MATIC YAMAHA DI MAKASSAR*. 2(1), 37–43.
- Kamal Aldin, I. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KREDIBILITAS ENDORSER, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL SPECS. 42–40, 549, *מים וזה שקייה*.

- Kotler. (2011). Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. In *Jakarta : Penerbit Salemba Empat*.
- Kotler & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2).
- Kotler, P. (2016). Manajemen Pemasaran. *Landasanteori.Com, 2012*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Manajemen Pemasaran (Prinsip-prinsip manajemen pemasaran). In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. Edisi Ke-16. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1. *Penerbit: PT. Indeks. Jakarta*.
- Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 16*(2).
- Mossa, O. C. M. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA ,KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Mobil MVP Merek Toyota Kijang Innova di Yogyakarta)*. 1–19.
- Noky, H. (2013). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL JENIS MPV MEREK TOYOTA KIJANG INNOVA DI SEMARANG. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, 2*(3).
- Paramita, Ridwan, H., & Nastiti, H. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Pakaian UNIQLO di Gandaria City , Jakarta Selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 1*(1).
- Priyatno, D. (2017). Panduan praktis olah data menggunakan SPSS. *ANDI Publisher*.
- Putri, A. K. P. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand H&M*. 1–146. https://repository.usd.ac.id/37354/4/161334046_full.pdf
- Quran.kemenag.go.id (2016). Quran Kemenag. Diakses pada 1 Agustus 2022, dari <https://quran.kemenag.go.id>
- Ratna, D. Y. S. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada rabbani store di kota magelang. In *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Silaen, S. (2018). Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. In *In Media*.

- Sugiyono. (2016). Definisi dan Operasional Variabel Penelitian. *Definisi Dan Operasional Variabel Penelitian*.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. In *Bandung Alf*.
- Suyoto, I. (2020). *Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian H & M Di Mall Kelapa Gading*. 1–16.
- Tafsirq.com. (2015). Tafsir Al-Quran Online. Diakses pada 31 Agustus 2022, dari <https://tafsirq.com>
- Tafsirweb.com. (2020). Baca al-Qur'an Online Plus Tafsir. Diakses pada 31 Agustus 2022, dari <https://tafsirweb.com>
- Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. (2013). Strategi Pemasaran Edisi 4. In *Social Responsibility Journal* (Vol. 11, Issue 3).
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran - Prinsip, penerapan dan penelitian. In *Yogyakarta: Andi Offset*.