

## DAFTAR PUSTAKA

- Aninda, S. (2019). *Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Coca Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. 7–37.
- Ardista, & Wulandari. (2020). *Value*. 15, 1–13.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21.
- Cahaya, F. M., Wulan, I. A. D. P., & Damayanti, R. (2019). Analisis Celebrity Endorsment, Variasi Produk, Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 88. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i1.2141>
- Eny Ernawati. (2016). *Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Produk Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. 21–26.
- Faith, D. O. dan, & Edwin, A. M. (2014). A Review of The Effect of Pricing Strategies on The Purchase of Consumer Goods. *International Journal of Research in Management, Science & Technology*, 2(2), 2321–3264.
- Fajar, A., Abadi, P., & Utomo, S. W. (2020). *Studi perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan akuntansi 1,2,3*. 5(September 2019), 264–274.
- Faroh, W. N. (2018). *Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018*. 2(3), 111–120.
- Fauzi, I., Febriadi, S. R., & Eprianti, N. (2021). Tinjauan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam terhadap Penunjukkan Artis Sebagai Brand Ambassador pada Produk Zoya Fashion Cabang Penjualan Sulanjana Kota .... *Hukum Ekonomi Syariah*, 531–536. [http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum\\_ekonomi\\_syariah/article/view/31283](http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/31283)
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. In *Academia: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* (Vol. 2, Issue 2). <https://doi.org/10.54622/academia.v2i2.43>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Kedelapan)*. Universitas Dipenogoro.

- Groover, M. P. (2010). *Fundamentals Of Modern Manufacturing* (Fourth Edi). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hafilah, Chaer, & Usman. (2019). *The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, And Price On Purchase Decisions Samsung Smartphones*.
- Hafilah, N. E. dan V. P. C. (n.d.). *The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality and Price On Purchase Decisions Samsung Smartphones*.
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Amanah, D. (2018). *The Effect of Location and Products Completeness to Consumer Buying Decision of Small and Medium Enterprise Market*. August, 30–33. <https://doi.org/10.5220/0007114200300033>
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 21(1)*. [www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com)
- Kartini. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Deodorant Rexona Di Kota Batam*.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Pertama Ji). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Ke 13 Jili). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online* (Terjemah:). Andi Offset.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaraan* (Kedua Bela). PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran* (Kedua bela). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Person.
- Lea-Greenword, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-Book* (N. Somerset (Ed.)).
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

- Ma'ruf, M. H. (2017). the Influence of Product Variations, Prices and Sales Promotions on Consumer Decisions in Buying Mitsubishi Cars in Surakarta. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(01), 48–56. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v1i01.355>
- Mahmud, N. N. K. (2021). *Pengaruh Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin*. 1(1), 1–19.
- Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. (n.d.). 13–40.
- NASUTION, A. N. A. R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar Boygroup Korea Nct 127 Di Indonesia). <https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/13706/>, 4(1), 1–23. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13706/>
- Nugroho, Agung. 2005. Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Ridwan, M. (2018). *Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan ) Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan*.
- Rivaldo, Y., Yusman, E., & Supardi. (2021). Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada. *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam*, 1(1), 13.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. PT Elex Media Komputindo.
- Sanusi, A. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Keenam). Salemba Empat.
- Situmorang. (2012). *Bisnis Konsep dan Kaus* (Cetakan ke). Usu Press.
- Situmorang, S. H. (2017). *Riset Pemasaran*. Usu Press.
- Situmorang, S. H. (2018). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (Keempat). Usu Press.
- Soepono, D. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt . Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado Effect Of Ambassador Brand And Brand Image On Product Purchase Decisions Pt . Telesindo Shop As Telkomsel ' S M*. 7(4).
- Sterie, W. G., Massie, J. D. ., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo

Shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Emba*, 7(4), 3139–3148.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.

Tahlohding, S. (2015). Pemasaran Dalam Ekonomi Islam Studi Integrasi dan Komprehensif. *Hukum Islam*, XV(1), 230–243. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/hukumislam/article/view/2072>

Taufik, M., & Ali, R. (2017). *Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah*. 6(September), 1–20.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Andi.

Widarjono. (2011). *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*. Andi Offset.

Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond'S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal E-Komunikasi*, 15(1), 233–240.