

DAFTAR PUSTAKA

- Beekun., R. I. (2004). *“Etika Bisnis Islami”*. Yogyakarta:\: Pustaka Pelajar, Hal 3.
- Cooper, D. R. (2011). *Business Research Methods*. Singapore: The McGraw-Hill.
- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabet
- Furqan, A. (2002). *Disiplin Ilmu Ekonomi Islam*. Jendral Kelembagaan Agama Islam.
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPP*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2008). In *Manajemen Pemasaran* (pp. edisi kedua,cetakan keenam,). Yogyakarta: BPFE.
- Handoko, D. d. (2011). *Manajemen pemasaran-analisis prilaku*. Yogyakarta: BPFE.
- Heri, S. (2004). *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta:: Ekonisia UII. Hal 234.
- Mowen, j. D. (2012). *“Perilaku konsumen”*. Jakarta: erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*., Bandung: Alfabeta,.
- Ade Candra Gunawan, F. S. (2019). *PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG*. Padang.
- Ananda Rizki Aulia, A. L. (2019). PENGARUH CITRA BRANDING " A LAND OF HARMONY" TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE PUNCAK , KABUPATEN BOGOR. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1-9.
- Arif, M. (2018). *PENGARUH STORE ATMOSFER, LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SOBAN CAFE*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Febriano Clinton Polla, L. M. (2018). ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INDOMARET MANADO UNIT JALAN SEA. *Jurnal Emba*, 3068-3077.

- Febriatmoko, A. (2018). PENGARUH STORE ATMOSFER DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4.
- Ghanimata, F. (2012). *ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Karyatie, N. (2016). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GIANT EKSTRA KENTEN PALEMBANG*. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Lubis, A. N. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI UCOK DURIAN JL. K.H. WAHID HASYIM KOTA MEDAN*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Maulidina, K. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PONDOK MATARAM DI KOTA TEBING TINGGI*. Medan: Univeritas Sumatra Utara.
- Minarti, M. S. (2020). *PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE*. Batam: Universitas Putera Batam.
- Ningsih, M. S. (2020). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK BERLABEL HALAL WARDAH*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Nirwana. (2019). *PENGARUH CAFE ATMOSPHERE DAN 3P (PRODUCT, PLACE DAN PRICE) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFE DI KOTA MAKASSAR*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Pradesty, B. H. (2017). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTICK REVLON* . Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Pratiwi, A. L. (2017). *PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN ATRIBUT PRODUK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ZOYA DI JAKARTA SELATAN*. jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah .
- Shiddiq, F. W. (2019). *PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DAERAH*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

- Suci Dwi Pangestu dan Dra. Sri Suryoko, M. (2016). *PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Semarang.
- Sudarwanto, E. W. (2014). *PENGARUH CAFE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA POS SHOP COFFE TOFFEE SIMPANG*. *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*.
- Wibisono, E. S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPUASAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UD. RIZKY BAROKAH DI BALONGBENDO*. Surabaya: Universita Bhayangkara Surabaya.
- Yuswanda, A. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK,DESAIN PRODUK,GAYA HIDUP DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA 150CC*. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Afandi, M. F. (2017). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT CABANG PERINTIS KEMERDEKAAN KOTA MAKASSAR*. Makassar.
- Anggraeni, D. B. (2021). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE EMINA BRIGHT STUFF*. Yogyakarta.
- Firdha Azzahra, R. P. (2021). *THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS OF LOCAL COSMETIC PRODUCTS ON STUDENT IN JABODETABEK*. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 75-85.
- Fortuna, I. B. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI*. Lampung.
- Madjid, R. (2014). *The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions*. *Internattional Journal Of humanities and Social Science Invention*, 11-19.
- Maharani, M. (2022). *PENGARUH MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKAN DAN MINUMAN DI KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF ISLAM SYARIAH*. Pekanbaru.
- Mahir Pradana, A. W. (2021). *The Impact of Threat Emotions and Price on Indonesia Smartphone Purchasing Decisions*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol.8 No.2.
- Meliani, S. A. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN*

PEMBELIAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI LAMPUNG. Lampung.

- Qur'an, S. (2017). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia.
- Rahmat, I. (2018). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK CINTA AIR HITAM LANGKAT*. Medan.
- Ridwan, Q. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening*. Medan.
- Wibisana, Y. J. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KECENDERUNGAN PEMBELIAN IMPLUSIF KONSUMEN* . Yogyakarta.
- Wora, J. C. (2017). *THE INFLUENCE PRICE AND PRODUCT QUALITY TOWARDS PURCHASING DECISIONS OF INDOSAT OOREDOO INTERNET SERVICE*. Yogyakarta .