

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya.*, 2012. Jakarta, Departemen Agama RI.
- Aaker, D. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek:memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aditya dan Supriyatin. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.6 no.9, September : 16-17
- Assauri, Sofjan. 2001. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Astuti dan Cahyadi. 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. No.2. Agustus.
- Asmuni Mth. 2008. "Penetapan Harga dalam Islam: Perpektif Fikih dan Ekonomi" di [http://shariaeconomy.blogspot.com/2008/07/penetapan-harga](http://shariaeconomy.blogspot.com/2008/07/penetapan-harga-dalam-islam-perpektif.html) dalam-islam-perpektif.html, diakses pada 22 juli 2019.
- Azwar, S. 2008. *Reliabilitas dan Validitas, Pustaka Pelajar*. Yogyakarta.
- Evelina, Nela Handoyo DW, dan Sari Listyorini. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)*. *Diponegoro Journal of Social and Political of Science*. P-1-11. 2012
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hasan, Ali. 2011. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Islahi A. 1997. *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah(Terj)*. Bina Ilmu. Surabaya.
- Joel, Massie, dan Sepang. 2014. *Jurnal EMBA : Analisis Perbandingan Kerja*. Vol.2, No.3. Manado.
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2004.

- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2008., *Syariah Marketing*. Bandung : Mizan.
- Kodu, Sarini. 2013. *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Jurnal EMBA. Vol.1, No.3 September 2013, Hal. 1251-1259.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, 2005. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 13. Jakarta. Erlangga. 2007.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Bob Sabran. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Melati, Kusuma dan Widyastuti. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Charm*. Surabaya.
- Muhammad Yusuf Qardhawi. *Halal dan haram dalam Islam, Ter. Muammal Hamidy*. Surabaya. PT. Bina Ilmu. 2010. Hal 354.
- Setiadi, Arum. 2014. *Analisis Pengaruh Iklan TV, Mencari Variasi dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek ke Pembalut Wanita Charm*. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B* Bandung : Alfabeta.
- Sukardi. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Swastha, Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPF1.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Sayyid Sabiq, Fiqih Sunnah.. jilid 4. terj. Nor Hasanuddin (Jakarta: Pena Pundi Aksara.2006.

- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran edisi ketiga*. Andi Offset. Yogyakarta. 2008.
- Tjiptono, Fandy; Candra, Gregorius; Adriana, Dadi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ong, Ian Antonius dan Sugiharto. 2013. *Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Surabaya*. Jurnal Mamajemen Pemasaran. Vol. 1, No. 2, (2013) 1-11.
- Wahyu Nurul Faroh, 2017. *Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Volume 2 No. 2