

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y.I., (2020) PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KFC DI KOTA BENGKULU *Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol.15, No.1
- Aini, E.N., Andjarwati, A.L., (2020) Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol.8, No.1
- Amelisa, L., Yonaldi, S., Mayasari, H., (2016) Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* Vol.7, No.3
- Anwar, M., Andrean, D., (2020) The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision *International Journal Business and Management Research*, Vol.176, No.10
- Arista, R., Fitriyanto, F., Raharjo, A., Utama, D.C., (2019) PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA BEKASI *JMM Online* Vol. 3, No.7 Page 767-779
- Asmoro, A.A., Indrarini, R., (2021) HUBUNGAN INOVASI PRODUK MAKANAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI GRESIK *Jurnal Ekonomika dan.Bisnis Islam* Vol.4, No.1
- Ayuningtyas, F.N., (2022) STRATEGI PROMOSI ENDORSEMENT OLEH DIGITAL INFLUENCER DALAM ETIKA BISNIS Islam *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol.4, No.3
- Chaerudin, S., Syafarudin, A., (2021) The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction *International Journal of Tax & Accounting (IJTC)* Vol.2, No.1
- Ernawati, D., (2019) PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7, No.1

- Fandy, Tjiptono., (2016) *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Ghozali, & Latan., (2015) *Partial Least Square Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Edisi 2)*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP Semarang.
- Ghozali, I., (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hariyanti, N.T., Alexander, Wirapraja (2018) Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur) *Jurnal Eksekutif*, Vol. 15, No.1
- Haudi, H., Wijaya, H., Cahyono, Y., (2020) EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND MARKETING STRATEGY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS IN INDONESIA'S LIGHTWEIGHT ROOF STEEL INDUSTRY *International Journal Of Critical Review* Vol.7, No.19
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America : Pearson
- Kotler, Philip. Keller, K., L. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kumala, F.O.N., Anwar, M.K., (2020), PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PT.HASANAH MULIA INVESTAMA *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol.3, No.2
- Hafidhah, H. Fuad, Z., Fonna, W.D., (2021) PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIKAJI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Survei pada Pelanggan Produk Busana Muslim Toko Ija Kroeng di Banda Aceh) *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* Vol.5, No.2
- Iskandar, S., Wahab, Z., Widiyanti, M., & Adam, M., (2020). Price perception and product quality on gas purchasing decisions in PT. Pertamina EP asset 2. *International Journal of Business, Economics & Management*, Vol.3, No.1 Page 134-139

- Lativia, E., Kurnia, T., Munawar, W., (2022) Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor *Jurnal Iqtisaduna UIN Alauddin Makassar* Vol.8, No.2
- Makmur, Thahier, Rohana. 2015. *Inovasi dan Kreativitas Manusia*, Bandung: PT. Refika Aditama
- Mendur, M.E.M., Tawas, H.N., Arie, F.V., (2021) PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO IMMANUEL SONDER *Jurnal EMBA* Vol.9, No.2, Page 1077 - 1086
- Mukaromah, L.A., Aristika, A., Santika, A. (2023) Pengaruh Harga Barang Dan Modal Terhadap Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.1, No.1
- Muliasari, D., (2019) THE EFFECT OF PRODUCT PRICE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR SAMSUNG BRAND HANDPHONES AMONG STIE AAS SURAKARTA STUDENTS *International Journal of Economics, Business and Accounting Research* Vol.3, No.201
- Murtaza, .A.MZ, Hidayat, R.M, (2021) INFLUENCER DALAM AL-QUR'AN: SEBUAH KAJIAN TAFSIR TEMATIK *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* Vol.3, No.1
- Octadyla, M.M., Maulana, C.Z., Diem, M.J., (2023) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang) *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol.9, No.1, Page 254-267
- Pranjoto, R.G.H., (2021), KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM Islam TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI Indonesia *Journal of Management Study* Vol.15, No.1
- Priansa, D.J., (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prasetya, A.Y, Astono, A.D., Ristianawati, Y., (2021) Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media Dan *Online Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora) *Jurnal Nasional*.Vol.4, No.3

- Rachman, T., (2021) Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi *JURNAL PELITA ILMU* Vol.15, No.1
- Ridwan, M., Harahap, I., Harahap, P., (2018) KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.3, No.2
- Rusdiyanto, Susetyorini, Elan, Rahman, Farida, Rochman., (2022) MARKET ORIENTATION AND PRODUCT INNOVATION IMPACT PURCHASING DECISIONS *International Journal of Economics, Business and Accounting Research* Vol.6, No.3
- Sajida, I., Sabila, N., Hayati, M., Maghfiroh, A., Rahmadani, I., (2023) PENGARUH MEDIA SOSIAL (TIKTOK) INFLUENCER DAKWAH TERHADAP KEAGAMAAN GENERASI MUDA MUSLIM *Jurnal Kebijakan Pembangunan* Vol.18, No.1, Page 13 - 22
- Salsabila, A., Maskur, A., (2022) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang) *Journal of Management & Business* Vol.1, No.1
- Sari, N.I., Efrina, L., Akbar, E.E., (2023) ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI Islam *Jurnal Az-zahra Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.1, No.1
- Setyarko, Y., (2016) ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA *ONLINE* *Jurnal Nasional* Vol.5, No.2
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutirna. (2018). *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Thania, G.S.K., Anggraini, Y., (2021) PENGARUH GAYA HIDUP, *ONLINE* FESTIVAL, DAN BEAUTY INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MASA PANDEMI COVID – 19 *Jurnal Nasional* Vol.2, No.2

- Utami, (2023) Inovasi Perancangan dalam Perspektif Islam pada Karya Arsitektur Masjid Raya Baitunnur Pati, Jawa Tengah *Jurnal Arsitektur TERRACOTA* Vol.4 No.3, Page 226 - 236
- Wahyudi, R., (2022) PENGARUH IKLAN DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ITEM VIRTUAL PADA GAMES *ONLINE* MOBILE LEGENDS *Jurnal Nasional* Vol.1, No.5
- Williana, E., Purnaningsih, N., Muksin, N.H, (2020) Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong *Jurnal Nasional* Vol.2
- Wijayanti. T. (2022) Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* Vol.5, No.1
- Zain, I., (2018) PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DILIHAT PADA PERSEPEKTIF EKONOMI Islam (STUDI KASUS PADA USAHA JAHIT DI KOTA PEKANBARU) *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat* Vol. 12, No.8
- Zanesty, Prakasa, Alina, Rakhmawati., (2022) ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER* SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT INDONESIA DALAM PEMBELIAN CRYPTOCURRENCY *International Journal* Vol.15, No.1