

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Saeful, (2015). “Analisis *Marketing Mix-7 (Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence and Process)* Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Busana Muslim Al Hakim Purwakarta Jawa Barat”, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Keuangan Islam Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, diakses pada <https://digilib.uin-suka.ac.id>, 22 Juni 2022
- Citra, Tamara dan Suryono Budi Santoso, (2016). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan *Continuous Form* Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang)”, Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi 13. Diakses pada <https://ejournal.undip.ac.id>, 22 Juni 2022
- Hair JR, Joseph F. 2010 *Multivariate Data Analysis*. Seventh edition. Indonesia: Alfabeta. 2016 industri manufaktur otomotif Indonesia Lestari, Ramadhani Dwi, (2017). “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Gulai Kepala Ikan Bank Jo”, Skripsi Yogyakarta Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017, diakses pada <http://digilib.uin-suka.ac.id> 14 Juli 2022
- Moeleong, Laxy. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Grafindo Persada,
- Nasution, dkk Mustafa Edwin. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Media Group.
- Nabilaturrahmah, (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc pada Followers Instagram @somethincofficial, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Vol. 8, No.7, Mei, diakses pada <https://zenodo.org>, 14 Juli 2022
- Nitisusastro. (2013). *Keputusan Membeli dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen*, Bandung: Alfabet.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur’an*, Jakarta: Lentera Hati.
- Stanton, William (1998) *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 7, Jakarta: Erlangga.
- Supratno. J. (2017). *Pengantar Statistik Untuk Berbagai Bidang Ilmu*, Jakarta: PT Grafindo Persada.

- Sahla, H. (2019). "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Pionir Lppm Universitas Asahan Vol. 5 N0.2 Januari-Juni, Diakses pada <http://jurnal.una.ac.id>, 18 Januari 2023
- Saniulto, AriBahar, (2017). "*The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Consumer Loyalty Helm Brand BMC in Palembang*", Jurnal Manajemen Universitas Dian Nuswantoro Semarang, diakses pada <http://eprints.dinus.ac.id>, 29 September 2022
- Syufaati, ViviLaili, (2016). "Pengaruh Produk, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Maccadina Yogyakarta)", Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, diakses pada <http://digilib.uin-suka.ac.id>, 29 September 2022
- Sugiyono, (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana.
- Tanuwijaya dan Mulyandi (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. Jurnal Sosial Sains, 1(5), 368–373, diakses pada <https://sosains.greenvest.co.id>, 14 Juli 2022
- Tim Penerjemah dan Penafsir Al-Qur'an, (2008). *Qur'an Tafwid dan Tejermahan*, Jakarta: Magfirah Pustaka.
- Tim Penulis, (2019). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. Jambi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Cet. Kedua.
- Tim Penyusun, (2011). *Ensiklopedi Nasional Indonesia*, Jakarta: PT. Delta Pustaka.
- Umar, Husein, (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab- Food (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Grab-Food di Wilayah Kecamatan Ciputat Timur), diakses pada <https://www.coursehero.com>, 14 Juli 2022

Wulandari, Desi, (2015). “Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Konsumen Aisyah Yogyakarta)”, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Keuangan Islam Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, diakses pada <http://jecombi.seaninstitute.org>, diakses pada 14 Juli 2022

Wicaksono, Bagas Rifki. (2016). “*Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet yang Dimediasi oleh Minat Beli*”, Skripsi Sarjana Ekonomi. Yogyakarta: Perpustakaan UniversitasNagri Yogyakarta, diakses pada <http://eprints.uny.ac.id>, 14 Juli 2022

Yusuf, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP