

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, R. P., & Dewi, C. K. (2019). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Widjie Coffee). *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6266–6275.
- Alma, B. (2016). *Pemasaran Jasa* (12th ed.). Alfabeta.
- Amelia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amstrong, K. (2015). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Andoko, J., & Devina, P. (2015). Analisis pengaruh marketing mix (produk, harga, promosi, lokasi) terhadap minat beli konsumen pada Guest Houss Di Surabaya. *Junal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 55–69.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). *Pengaruh Kualitas layanan dan harga terhadap minat beli jasa Go-Jek*. 3, 49–56.
- Astika, A. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Pada Zoya Palembang*. UIN Raden Fatah.
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perseptif Hukum Islam. *Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 8(1), 135–154.
- Dewi, R. C. (2017). *Pengaruh Kemasan, Harga Dan Kualitas Terhadap Minat Beli*.
- Fortuna, I. B. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek AQUA dalam perseptif ekonomi islam (studi pada konsumen air minum dalam kemasan (AMDK) AQUA dikota Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM Spss 25* (Edisi 9). Universitas Ponorogo.

- Hartato, B. S. (2021). *Mekanisme penetapan harga dalam pandangan ekonomi islam (studi pada rumah makan rahman di depan RS.M. Yunus Bengkulu)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Hartini, & Syaekhun, M. A. (2022). Pengaruh promosi, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap minat beli digital card By.U di Kota. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 402–409.
- Istanti, E. (2019). *Pengaruh harga, promosi dan produk terhadap keputusan pembelian di restoran burger king kawasan surabaya plaza surabaya*. 45(45), 95–98.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh tampilan Web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variabel pada e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
- Kotler dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (14th ed.). Pearsin Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusuma, A. B. (2019). *Pengaruh kepuasan anggota atas layanan BMT At Ta'awun IAIN Metro Terhadap Peningkatan Tabungan*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Lupiyadi, & Hamdani. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi pert). Erlangga.
- Mariana, N. (2020). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Sepeda Motor Honda Scoopy di Universitas Muhammadiyah Mataram*. Universitas Muhammadiyah Mataram.

- Martono, M., & Iriani, S. R. (2014). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen produk batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 687–699.
- Mawarsari, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* (Vol. 10, Issue 2).
- Muhajirin, K. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA. *Jurnal Akrab Juara*, 3(3), 113–122.
- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, S., Hari, & Bulan. (2016). Pengaruh Promosi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1–8.
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(02), 1–9.
- Ofela, H., & Agustin, S. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab k ingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Parakkasi, I., & Kamiruddin. (2018). Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 107–120. <https://doi.org/10.24252/laamaisyir.v5i1a5>
- Powa, G. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Wenas, R. . (2018). Pengaruh kualitas produk, harga dan Word of mouth terhadap minat beli konsumen handphone pada mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1188–1197.
- Rani, L. R. (2020). *Analisis strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di toko busana “Indofashion Azizah” Bandung Tulung Agung Menurut Persepektif Ekonomi Islam*.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Presepsi Harga

- Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Jurnal Cakrawala*, XVII(2), 1–7.
- Rosita, R. (2016). Pengaruh lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, pelayanan, harga dan kenyamanan berbelanja terhadap minat beli ulang konsumen pada lotte mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2).
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sari, R. mitia. (2020). *pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan minat beli sebagai variabel intervening*.
- Sarwono, J. (2011). Mengenal path analysis sejarah, pengertian dan aplikasi. *Manajemen Bisnis*, 11(2), 287.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Setiawan, D. (2020). *Pengaruh kemasan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap minat beli (Studi Kasus pada Konsumen Snack Rado di Purwokerto)*.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo*. 2, 201–212.
- Siregar, F. (2017). *Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan (Studi Kasus Toko Sepatu Tasya Jaya)*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sulistiyasari, I. N. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi kasus mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis jurusan manajemen universitas diponegoro Semarang*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Supangkat, A. H. & S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Manajemen* (Edisi 2). Andi.
- Vradita, W. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Instan Rabbani Bagi Siswi SMAN 5 Kota Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Wahyuni, Catur, H., Sulistiowati, W., & Khamim, M. (2015). *Pengendalian Kuaalitas*. Graha II.
- Wijaya, R. A., Idris, M., & Maguni, W. (2021). Jual Beli Kondom Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi kasus pada apotek kimia farma wua-wua). *Fawaid : Sharia Economic Law Review*, 75–86.
- Wiyono, N. A. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Buku Novel*.