

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita dan Pelawi, S. P. (2015). Pengaruh promosi penjualan dan belanja hedonis terhadap impulsive buying produk matahari plaza medan fair. *Quanomic*, 3(2), 4.
<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/SBDE3>
- Ayub Salim, A. A. (2017). h M ah lmia a II. *Jurnal Ilmiah FISIP*, 2(Penulis 1), 2–3.
- Basu, P., & Dharmmesta, S. (n.d.). Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat, 1–2.
- Endraswati, H. (2011). Mutu Produk, Nilai dan Kepuasan Pelanggan dalam Pandangan Islam. *Jurnal ASY-SYIR'AH*, 45(I), 2.
- Feti fatimah. (2015). Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol 1. No. 2 Desember 2015. *Jurna Menajemen Dan Bisnis*, 1(2), 2.
- Firlana, F. (n.d.). Pengaruh Brand Loyalty Dan Perceived Quality. *Jurnal*, 4.
- H. Idris Parakkasi dan Kamiruddin. (2018). No Title. *Laa Maysir*, 5, 7–8.
- Hasanah, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Marketing. *Jurnal Iqtishadi*, 3(1), 6.
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2012). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal*, 1, 2–3.
- Kuat, S., & Hasiolan Budi Leonardo, W. M. M. (2014). Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada perumahan bukit semarang baru (bsb) city di semarang. *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen*, 4.
<https://doi.org/10.1080/10875549.2014.999970>
- Luntajo, M. M. R. (n.d.). Dasar Filosofi Marketing Syari'ah Moh. Muzwir R. Luntajo. *Jurnal*, (1–10), 4.
- Miftah, A. (2015). Mengenal Marketing Dan Marketers Syariah Ahmad Miftah Stie Bina Bangsa, Serang - Banten. *Jurna Ekonomi Islam*, 6(2), 2–3.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista, 3(1), 7–8.
- Nitisusastro, M. (2012). Perilaku Konsumen : Dalam Perspektif Kewirausahaan. *Jurnal Mikro*

Ekonomi, 3.

- Nugroho, Y. C., & Suryani, T. (2011). Kualitas Jasa Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembelian. *Jurnal of Business and Banking*, 1(2), 3–4.
- Ongky Martha Dwiyananda. (2015). No Title. *Jurnal JESTT*, 2(9), 5.
- Pupuani, N. W., & Sulistyawati, E. (n.d.). Konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang. *Jurnal*, 1–2.
- Rachmat, A. (2011). Strategi pemasaran swalayan pamella dalam perspektif islam. *Jurnal*, 1(2), 1–2.
- Raditya Gusdiandika, K. S. (2012). Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan Smk Sepuluh Nopember Sidoarjo. *Jurnal Kanal*, 1, 5.
- Shobirin, O. (2015). JUAL BELI DALAM. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 23(1), 2.
- Silviana, M. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ice Cream Wall's pada Siswa SMP dan SMA di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 4.
- Subianto, T. (2007). Jurnal Ekonomi Modernisasi Implikasinya Terhadap Keputusan PEMBELIAN Totok Subianto. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(4–5), 5.
<https://doi.org/10.1128/MCB.00763-08>
- Syafirah, Lisbeth Mananeke, J. J. R. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado Influence Factors On Consumer Behavior Buying Decisions Products At Pendahuluan Latar Belakang. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2–3.
- Tjoa, V. K. (2012). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Planetsports.net Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 5.
- Toriquddin, M. (2010). ETIKA PEMASARAN PERSPEKTIFAL-QUR ' AN DAN RELEVANSINYA DALAM PERBANKAN SYARI ' AH. *Etika Pemasaran*, (1–10), 2–6.
- Trisnawan, A. D., & Amron. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang. *Journal of Chemical*

Information and Modeling, 53(9), 2. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Utami, R. P. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *JURNAL NIAGAWAN*, 6(2), 4.

Yulia dan Marhayanie. (n.d.). No Title. *Jurnal*, 4.

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*. 2006

