

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2016). Qurban: wujud kedekatan seorang hamba dengan tuhan. *Jurnal Pendidikan Agama Islam -Ta'lim*, 14(1), 109–116.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Budaya dan Keluarga terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah. *Maqdis :Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 35–49.
- Awaludin A., Y.R. Nugraheni, dan S. N. (2017). Teknik Handling Dan Penjualan Hewan Qurban. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Peternakan*, 2(2), 84–97.
- Chaniago, F. (2019). Upaya Takmir Masjid Al-Muhajirin Dalam Meningkatkan Semangat Berkurban Di Masyarakat. *Jurnal TEXTURA*, 6, 74–90. <https://journal.piksi.ac.id/index.php/TEXTURA/article/view/36>
- Eka Sari, A. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 13(1), 55–73. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13964>
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>
- Hukum, J., Vol, I., Nst, A. M., Madu, Z., Syafi, P. I. A.-, & Al, Y. (2020). *Jurnal Hukum Islam Vol. 3 No 2 Juni – Desember 2020*. 3(2), 24–42.
- Hutagaol, C. D. (2018). *Masalah, Latar Belakang*. 2015.
- Ii, B. A. B., & Teorietis, K. (n.d.). *Fungsi Kebudayaan*.
- Manik, A., Jannah, N., & Sugijanto, D. (2022). Pengaruh Budaya , Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kuota Internet di Konter Bima Cell Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research ...*, 3(1), 202–212. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/5315%0Ahttps://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/download/5315/3737>
- Marlina, E., Isran Bidin, Zul Azmi, Adriyanti Agustina Putri, & Rama Gita Suci. (2019). Tinjauan Sosial Ekonomi Dan Budaya Ibadah Qurban. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 3(2), 243–247. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v3i2.1564>
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>

- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas. *Islamadina*, 18(2), 75. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v18i2.1922>
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. 6(12), 112–129.
- State Secretary of Indonesia. (2006). *Geografi Indonesia*. 1–2.
- Sulaeman, M. M., & Surjaman, T. (1992). Ilmu Budaya Dasar Suatu Pengantar. Bandung: Refika Aditama, 195.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). 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.
- Yahya, B. (2021). Fiqih Qurban. *Fiqih Qurban*, 2.