

DAFTAR PUSTAKA

- Alvi Apriliani (2021) Pengaruh penetapan harga pada toko Aza serba 35.000 terhadap keputusan pembelian konsumen di kabupaten kebumen
- Angipora, M. P. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Baharuddin, D. (2017). Tas'ir dalam Perespektif Maqashid Al-Syariah. *Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Ambon*.
- Batubara, N. S., & Afandi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Di 212 Mart Medan Baru. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Dewi, A. S., & Intan, P. R. (2021). The Impact of Product Quality, Price and Promotion on Axis Card Purchase Decisions On Students In Padang City. In *Marketing Management Studies* (Vol. 1, Issue 3, pp. 189–197). <https://doi.org/>
- Fajria, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Makanan faiza Desa Sungai Paku Singingi Hilir ditinjau dari Ekonomi Islam*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hanifah, I. R. U. (2022). *Hadist Nabi Tentang Konsumsi : Analisis Korelasi Hadist dengan Perilaku Konsumen di Era Digital*. 2, 54–73.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kafabih, A., & Mukti, A. H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sim Card Telkomsel, Indosat Ooredoo dan Hutchison 3 Indonesia Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan UMKM*, 1(2), 8–18.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Benyamin (Ed.)). Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Martiningsih. (2016). Konsep upah yang adil menurut Ibnu Taimiyah perspektif ekonomi Islam dan penerapannya di Indonesia. *Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1–99.
- Nugroho, A. (2017). *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan. Praktik*. Alfabeta.
- Nurhaliza. (2022). *Pengaruh Produk, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopicie Medan*. 4, 6615683.

- Rahmatillah, A., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2020). *Hubungan Antara Label Halal dan Celebrity Endorsment dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kecantikan*. 21(1), 1–9.
- RI, D. A. (2023). *Qur'an Kemenag*.
- Rofiah, R. A. (2022). *Pemikiran Ibnu Taimiyah tentang Penetapan Harga dan Implementasinya dalam Praktik Jual Beli Hasil Pertanian Padi*. 5. [http://repository.radenintan.ac.id/19507/1/COVER%2C BAB 1%2C BAB 2%2C DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/19507/1/COVER%2C%20BAB%201%2C%20BAB%202%2C%20DAPUS.pdf)
- Rosmitha, S. N. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualkitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Interned dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 1–14.
- Solikhah, S. A., Fradani, A. C., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 122–134. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.473>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung
- Swastha, B., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Syahputra, A. (2017). *Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Keripik Cabe Ibu Jumi Di Kelurahan Pangkalan Sesai Kota Dumai*. 3, 1–14.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Cv Andi
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endoser terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, VI(2), 83–98. <http://almaata.ac.id/ejournal1532/index.php/JESI/article/view/398/367>
- Yustiawan, O., & Prijati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Zainal, V. R., Antonio, M. S., & Hadad, M. D. (2014). *Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah*. BPFE.