

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Wiwin, Abdurrahman Abdurrahman, dan Putri S.K.R, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kab. Sumbawa Besar),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2.1 (2019), 15–26 <<https://doi.org/10.30812/target.v1i1.587>>
- As-Sabatin, Yusuf, *Bisnis Islam dan Kritik Terhadap Bisnis Ala Kapitalis Terjemahan* (Bogor: Al-Azhar Press, 2009)
- Asiati, Diah Isnaini, “Pengaruh Produk, Promosi, Budaya dan Pengetahuan Konsumen terhadap Konsumsi Mie Instan di Palembang,” *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16.Vol 16, No 3 (2020): SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis (2020), 1–15
- Daud, Zikriatul Ulya, “Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baru,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7.2 (2018), 174 <<https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>>
- Djaali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020)
- Fadruddinsyah, M Erkan, Sri Rahayu, dan Dia Isnaini Asiati, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Electronic Data Capture (EDC) Dimediasi Oleh Pengetahuan dan Kepercayaan Merchant di PT.Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Musi Palembang,” *Jurnal Manajemen Profesional*, 1.2 (2020), 163–80
- Gunawan, Imam, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)

- Habiburahman, “Strategi Promosi Pariwisata dalam Perspektif Ekonomi Islam,”
Jurnal Ekonomi, 22.2 (2017), 177–86
<<https://doi.org/10.24912/je.v22i2.219>>
- Hakim Ali, Fikri, “Analisis Kelompok Acuan dan Pengetahuan Konsumen pada Keputusan Pembelian Kamera Digital,” *Jurnal Ketahanan Pangan*, 3.1 (2019), 41–52
- Haryani, Dwi Septi, “Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang,” *Jurnal Dimensi*, 8.1 (2019), 54–70
<<https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>>
- Hasbiyadi, Suartini, Mursalim, Syafaat Djunaid, dan Ari Ardiansyah Masrum, “Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada Pt . Sungai Saddang,” *Jurnal Ilmiah Boganya (Manajemen & Akuntansi)*, 22, 2017, 57–64
- Hendro, Omar, Diah Isnaini Asiati, dan Dwi Puspita Sari, “Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih,” *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5.2 (2020), 73–98
<<https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.117>>
- Irianto, Agus, *Statistik: Konsep dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana, 2015)
- Junaida, Erni, dan Hanum Nurlaila, “Pengaruh Bauran Promosi terhadap

- Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Konstruksi Aceh Tamiang,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8.3 (2019), 389–401 <<https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2399>>
- Juni Priansa, Donni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Lestiani, Ermin, Siti Maryam, dan Rochmi Widayanti, “Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Ecolabelling Pada Keputusan Pembelian Green Product,” *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 3.2 (2020), 07–13 <<https://doi.org/10.37888/bjrm.v3i2.243>>
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Jakarta: Salemba Empat, 2013)
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018)
- M. Baron, Reuben, dan David A. Kenny, “The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 51.6 (1986), 1173–82 <<https://doi.org/10.1177/1350506818764762>>
- Mahendra, Dominico Freza, dan Albert Kriestian N A Nugraha, “Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5.1 (2021), 28–38
- Mahyarni, “Theory Of Reasoned Action dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku),” *Jurnal EL-RIYASAH*, 4.1 (2013),

13–23 <<https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>>

Malau, Harman, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2016)

Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revi (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Mowen, John C., dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keli (Jakarta: Erlangga, 2017)

Murnilawati, Hairudinor, dan M Nor Rasyidi, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan ‘Andina’ Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah,” *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 8.1 (2019), 1–9

Mursid, M, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)

N., Artantri, Sobrotul I, dan Fadli H, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Label dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Harga Sebagai Mediasi,” *Majalah Neraca*, 2016, 19–48

Pandjaitan, Rouly Dorothy H, dan Aripin Ahmad, *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Bandar Lampung: Aura Publishing, 2017)

Pangestika, Sherly, dan Klemes Wedanaji Prasastyo, “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen di DKI Jakarta,” *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19.4 (2017), 249–55

- Pardede, Ratlan, dan Renhard Manurung, *Analisis Jalur (Path Analysis): Teori Dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014)
- Philip, Kotler, dan Lane Kevin Kotler, *A Framework For Marketing Management*, Six Editio (Pearson Education Limited, 2016)
- Ramadhayanti, Ana, *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019)
- Rio, Muhammad, “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kecamatan Sambas),” *Jurnal Kajian Perbatasan Antarnegara, Diplomasi dan Hubungan Internasional*, 2.2 (2019), 176–86
- Rustandi, Nanang, dan Benniye Lestariye, “Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Media Promosi Terhadap Pengetahuan Tentang Bank Syariah pada Tenaga Pengajar Dan Staf di SD Negeri Kecamatan Sukaresmi,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1.2 (2021), 119–47
- Sanjaya, Surya, “Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Sinar Sosro Medan,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16.02 (2015), 108–22
- Setiawati, Mega, dan Lumbantobing Rudolf, “Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness,” *Manajemen Bisnis Kompetensi*, 12.01 (2017), 75–83
- Siyoto, Sandu, dan M.Ali Sondik, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)

- Styaningrum, Anita, dan Asih Niati, “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Pada Rumah Brownies Maylisa),” *Buletin Bisnis & Manajemen*, 5.2 (2019), 136–47
- Sudaryono, *Metode Penelitian* (Depok: Rajawali Pers, 2018)
- Sugianto, Rany, dan Sugianta Ovinus Ginting, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City,” *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 10.01 (2020)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2010)
- Suharyono, “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *AL-INTAZ*, 4.2 (2018), 308–27
- Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011)
- Supriyono, Kuart, Leonardo H.Budi, dan Moh W.Mukery, “Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Di Semarang,” *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen*, 2014, 1–16
- Susilo, Heri, Andi Tri Haryono, dan Moh Mukery, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di

- Hotel Amanda Hills Bandungan,” *Jurnal Manajemen Unpad*, 4.4 (2018), 1–20
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketu (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015)
- Wicaksana, Primaraga Sumantri Indra, dan Nasrun Baidah, “Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti,” *Jurnal Pelita Ilmu*, 15.01 (2021), 17–24
- Wijaya, Fransisco Eka, Andy Susanto, Rosalinda Rosalinda, Mei Lan, dan Wirda Lilia, “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Medan Jaya Pangan Mutu,” *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3.3 (2021), 934–43 <<https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.436>>
- Wijayanti, Heni, dan Christina Menuk Sri Handayani, “Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada Pt.Dwi Mulya Jaya Mojokerto,” *Majalah ekonomi*, 20.1 (2015), 109–23
- Zainuddin Iba, Aditya Wardhana, “Pengaruh Penjualan Personal Terhadap Pengetahuan Produk dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil SUV Premium Di Jawa Barat,” *Jurnal kebangsaan*, 3.5 (2014), 1–10