

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmad, I. S. (2010). *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Aubrey. W (1993). *Marketing Audit Checklists*. London: McGRAW-HILL Book Company Europe
- Ali, H. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah Kaya Didunia Terhormat Diakhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anwar, P. M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama
- Ari, S. J. E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Azhari, F. (2015). *Qawaid Fiqhiyyah muamalah*. Banjarmasin: Lembaga Pemberdayaan Kualitas Umat.
- Eko, S. (2005). *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam Dan Konvensional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Etta, M. S. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Gary Amstrong., dan Philip, K. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi.
- Ika, Y. F. (2013). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana.
- Karel. J, Alsem (2019). *Applied Strategic Marketing*. Finlandia: Routledge
- Nana, H. A. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah Kewirausahaan*. Bandung: Cv. Pustaka Setia.

- Nelly, N. M. (2008). *The Power of Marketing Practitioner Perspective In Asia*. Jakarta: Salemba Empat
- McCarthy, E. J (2002) *Basic Marketing A Global Managerial Approach*. New York: John E. Biernat
- Panji, A. A. P., dan Neni, S. I. (2017). *Hukum Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Philip, K. (1998). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Philip, K. (1998). *Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif :Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual& Spss Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Siti, R. (2018). *Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya . (Skripsi Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi)*. Surabaya.
- Sofjan, A. (2012). *Strategic Marketing*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: C.C Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Schoot S. Michael W. Sid L. H. (2002). *Cases in electronic commerce, America* New York: George Werthman

Tata, S. (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.

Wilson. A. (1993). *Marketing Audit Checklist*. London: McGraw- Hill Book Company.

Papalia, D. E., and Martorell, G. (2015). *Experience Human Development Thirteenth Edition*. New York: McGraw-Hill Education

B. Jurnal

Muntu C.M. (2009) “*The uying decision process and types of buying decision behavior*” Jurnal Maria-Cristiana *MUNTHIU*. “ pada Jurnal Share Vol. 2 No. 4 Tahun 2009.

Novi, W. U. (2018). “Memahami Promo Free Ongkir yang Semakin Berkembang” Pada Jurnal (<https://www.jurnal.id>).

Tumbuan A. Willem F.J. Rivie T.C (2015) “*The Influence of price discount, Bonus Pack, And in-Store display on Impulse Buying Decision in Hypermart Kairagi Manado*” pada Jurnal Share Vol. 3 No. 3 Tahun 2015. ISSN 2303-11

Worang, Mandang C. David P.E, Saerang F. G (2017) “*The Influence of Price, Service Quality, and Physical Environment On Custumer Satisfsfaction, Case Study Markobar Café Mando*” pada Jurnal Share Vol. 5 No. 2 Tahun 2017. ISSN 2303-1174.

Zulkifli. (2015). *Kebijakan Harga dalam Hubungannya dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Suatu Produk*” pada jurnal *Adminika* Vol. 1 No. 1 tahun 2015.