

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Al-Husaini, A. (t.t). *Shahih Muslim*. T.t: Dar al-Fikr
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Andi., Komputer. (2017). *Ragam Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: C.V ANDI Offset.
- Asnawi, N. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Asra, A., Irawan, P. B., dan Purwoto, A. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Bogor: IN MEDIA.
- Bearden, William O., Thomas N Ingram and Raymond W Laforge. (2004). *Marketing Principles and Perspectives*. New York: McGraw-Hill.
- Bungin, M. B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Dawud, A. (1994). *Sunan Abu Dawud*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Dzajuli. (2010). *Kaidah-kaidah Fikih*. Jakarta: Kencana.
- Ervindari, F. N. (2018). *Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma)*. Universitas Sanata.
- Fitiah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Forsyth, Patrick. (2009). *Marketing A guiide to the Fundamentals*. United States: Bloomberg Press.

- Gunara, T., dan Sudiby, U. T. (2007). *Marxeting Muhammad Saw Strategi andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad*. Bandung: Madani Prima.
- Gustiana. H. (2018). *Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Mini Market Masita*. UIN Sumatera Utara. Medan
- Hafidzi, A. A. (2013). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Negeri Semarang.
- Huda, N., et al. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana.
- Kementerian Agama RI. (2013). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Halim
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Ma'arif, Nelly, Nailatie. (2008). *The Power of Marketing: Practitioner Perspectives Asia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Nur. W. (2016). *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makasar*. UIN Alauddin Makasar.
- Panjaitan. K. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Parakkasi., Kamiruddin. (2018). *Analisis Harga dan Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam*. Makassar: UIN Alauddin dan IAIN Watampone.
- Perreault, William D & E. Jerome McCarthy. (2005). *Basic Marketing A Global-Manajerial Approach*. New York: Mcgraw-Hill.

- Purwanto. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Runtu, J.F., Tumbuan W. J. (2015). *The Influence Of Price, Product Attributes, Origin Of Product, and Philosophy To Customer Loyalty*. EMBA.
- Shiddieqy, T. M. H. (2003). *Mutiara Hadis 5*. Semarang: Pustaka Rizki Putra.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., dan Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Siregar, S. (2015). *Metode Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sopiah, dan Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. 2015. *SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swastha, B. (1999). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tanzeh. A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: TERAS
- Tjiptono. F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

## **B. Internet**

- Bisnis Retail. <http://deasyparamitha02.blogspot.com> (20 Februari 2019)
- Pengertian Bisnis Ritel. <https://infopeluangusaha.com> (20 Februari 2019)
- PT Hero Supermarket. <http://www.scribd.com/doc/434587/Profil-PT-Hero-Supermarket-Tbk> ( 20 September 2019)
- PT Hero Supermarket. <http://giant.co.id/test/index.php/tentang-kami> ( 20 September 2019)

