

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Abdullah, Ma'ruf. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF (Untuk : Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu Sosial lainnya)*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdurrahman, & Nana, Herdiana. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Deepak , K. A., & Jeyakumar, S. (2019). *Marketing Management*. India: Orangebooks Publication.
- Fatihudin, Didin., & Firmansyah, M. Anang. (2019). *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher .
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghazaly, Abdul. Rahman., Ihsan, Ghufron., & Shidiq, Sapiudin. (2010). *FIQH MUAMALAT*. Jakarta: Kencana.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Tati., & Fathoni, Muhammad. Anwar. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islami*. Yogyakarta : Deepublish Publisher.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Huda, Nurul., Hudori, Khamim., Fahlevi , R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Jayachandran, S. (2004). *Marketing Management text and cases*. New Delhi: Excel Books.

- Karim, Adiwarmarman. A. (2016). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2001). Principles of Marketing. In D. Sihombing, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke 8*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PENERBIT ERLANGGA.
- Kumar, Arun., & Sharma, Rachana. (1998). *Marketing Management*. Delhi: Mehra Offset Press.
- Kumar, Arun., & Meenakshi, N. (2011). *Marketing Management Second Edition*. New Delhi: Vikas publishing.
- Martono, Nanang. (2010). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Nasution, Mustafa. Edwin. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, J. Nugroho. (2003). *PERILAKU KONSUMEN Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, J Nugroho. (2003). *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana PRENADA MEDIA GROUP.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siregar, Syofian. (2018). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Depok: Rajawali Pers.
- Soemitra, Andri. (2019). *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta : Kencana.
- Sudaryono. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori & Implementasi*. YOGYAKARTA: CV. ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni , V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swastha, Basu. (1999). *AZAS-AZAS MARKETING*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *PEMASARAN Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tresyanto, Citra. Anggraini., & Panjaitan, Thyophoida. W. S.(2017). *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Jakad Media Publishing,.

Jurnal :

- Bahri , Syabbul. (2013). HUKUM PROMOSI PRODUK DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM. *Epistemé, Vol. 8, No. 1 Juni*, 142.
- Sari, Yakut. Dekrita. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN. *jurnal Manajemen, [S.l.]*, v. 2, n. ISSN 2302-8912., 86-87.
- Verina, Eunike., Yulianto, Edy., & Latief, Wasis A. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 10No. 1 Mei*, 3-4.
- Habiburahman. (2017). Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Habiburahman: Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi IslamJurnal Ekonomi/Volume XXII, No. 02, Juli* , 179.
- Laksono , Rafael. Billy., & Herwin. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Grab terhadap Brand Image yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pengguna transportasi berbasis online. *Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT*.
- Manyiwa, Simon., & Crawford, Ian. (2001). Determining linkages between consumer choices in a social context and the consumer's values: A means-end approach. *Journal of Consumer Behaviour*,.
- P, Ajeng. Ayu Fatimah., & Soedarmadi. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Produk SusuNaturSoya CV. Global Mandiri Sejahtera KanCa Purwodadi). *Majalah Ilmiah Solusi Vol. 18, No. 1*.

- Parakkasi, Idris., & Kamiruddin. (2018). Analisis Harga dan Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam. *LAA MAYSIR, Volume 5, Nomor 1*, 116.
- Prilano, Kelvin., Sudarso, Adriansan., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE) Vol 1, No 1 ISSN 2716-4128*, 1-10.
- Setiawan , Onny., Simorangkir, Elsa. Serepina., & Purwati, Astri. Ayu. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 1(1)*, 64-77.
- Shobahussurur. (2010). Proses Pengambilan Keputusan dalam Perspektif Ibn Taimiyah. *Jurnal TSAQAFAH Vol. 6, No. 1, April*, 67.
- Tulanggow, Sharen. G., Tumbel, Tinneke. M., & Walangitan, Olivia. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.9. No.3*.
- Yulizar , Ahmadd., & Apriatni. (2017). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ACER. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Skripsi :

- Subekti, Sitti. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta. *Warta Penelitian Perhubungan, Volume 29, Nomor 1*, 124.
- Dianti, Siti. (2018). *Pengaruh Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah .
- Jonson. (2017). *Pengaruh Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. ZUVACE MONDY DI Kota BATAM*. BATAM: Akademi Akuntansi Permata Harapan .

Internet :

- Kevin, Anthony. (2018, Februari 17). *Mengenal Penguasa Transportasi Online di Berbagai Negara*. Retrieved Januari 31, 2019, from CNBC INDONESIA Repository: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180217144830-4-4629>

- Banjarmasin.tribunnews. (2019, September 02). *Berlaku Hari Ini, Tarif Ojek Online Berubah Seluruh Indonesia, Ini Komentar Gojek dan Grab*. Retrieved Mei 02, 2020, from BANJARMASINPOST.CO.ID, Repository:<https://banjarmasin.tribunnews.com/2019/09/02>
- Cahyu. (2019, Maret 09). *Kisah Perjalanan Grab dari Lahir Hingga Jadi Decacorn*. Retrieved Mei 07, 2020, from liputan6.com, Repository: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3912922>
- Grab “Tentang Grab” Retrieved Mei 07, 2020, Repository: <https://www.grab.com/id/brand-story>
- Karinov.co.id. (2018, Juni 13). *Pengertian Bauran Pemasaran (7P – Marketing Mix)*. Retrieved 02 03, 2020, from Karinov Repository:<https://karinov.co.id/pengertian-bauran-pemasaran-7>