

DAFTAR PUSTAKA

- Bose, T. K., & Sarker, S. (2012). Cognitive Dissonance Affecting Consumer Buying Decision Making: A study Based on Khulna Metropolitan Area. *Journal of Management Research*, 4(3), 191–221. <https://doi.org/10.5296/jmr.v4i3.1847>
- Brian Regar, A., Jenny Baroleh, & Leonardus R. Rengkung. (2015). KARAKTERISTIK KONSUMEN PRODUK ROTI CELLA BAKERY DAN HOLLAND BAKERY DI MANADO. *ASE*, 11, 57–74.
- Chaharsough, S., & Yasory, T. H. (2012). Effect of sales promotion on consumer behavior based on culture. *African Journal of Business Management*, 6(1), 98–102. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.739>
- Danang, S. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Dharmmesta, B. S. (1999). RISET KONSUMEN DALAM PENGEMBANGAN TEORI PERILAKU KONSUMEN DAN MAS A DEPANNYA. *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)*, 14(1), Article 1.
- Diana Triwardhani, R. I. (2021). *Perilaku Konsumen: Vol. I*. Penerbit Widina.
- Farma, J., & Umuri, K. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 15(1), 19–29. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v15i1.3268>
- Firmansyah, M. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Irwansyah, R., Listya, K., Triwardhani, D., & Hasbi, I. (2021). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Widina.
- Jalaluddin, & Abd. Kholik Khoerulloh. (2020). Prinsip Konsumsi dalam Islam: Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumen Muslim dan Non-Muslim. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 3 No. 2, 148–160.
- Kabupaten Tabalong, P. (2011). *Gambaran Daerah Kabupaten Tabalong*. Bagian Umum Setda Kabupaten TABALONG.
- Khairunnisa, A. H., Widya Ningrum, J., & Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6, 284–293.

- Makmur, A. (2012). PERANAN ULAMA DALAM MEMBINA MASYARAKAT BANJAR DI KALIMANTAN SELATAN. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 36(1), Article 1. <https://doi.org/10.30821/miqot.v36i1.114>
- Moleong, L. J. (2007). *METODOLOGI PENELELITIAN KUALITATIF* (24th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (36th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., & Rojiati, U. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Putra Nasution, M. D., Rossanty, Y., & Ario, F. (2018). *Basic Marketing & Consumer Behavior*. Ocircleone.
- Suharyono. (2018). Perilaku Konsumen dalam persepektif ekonomi islam. *Al-Intaj*, 4. No.2.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. GUEPEDIA.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG*. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Susanto, K. Y., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Perilaku Masyarakat Surabaya Dalam Proses Pengambilan Keputusan Memilih Produk Innisfree. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2), Article 2. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11058>
- Syahtidar, N., Suherman, & Siregar, M. E. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Marketplace di Bekasi. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan - JBMK*, 3(1), Article 1.
- Utami, W. B. (2015). *ANALISIS FAKTOR ±FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL PRIBADI DI KELURAHAN GONILAN KABUPATEN SUKOHARJO*. 13(01).