

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arifudin, O., Wahrudin, & Rusmana. (2020). *Manajemen risiko*. Widina.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dharmesta, & Handoko. (2000). *Manajemen pemasaran : analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk & Merk (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles*. USA: Routledge.
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding*. Bantul: Denokan Pustaka.
- Iwan , S. K. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kemenag. (2020). *Kemenag "Al-Quran 2020"*. Indonesia: Kemenag.
- Kotler , P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid Ke-13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson. USA: Pearson.
- Kotler,P, & Keller, L. (2017). *Manajemen Pemasaran .* Jakarta : Erlangga.
- Kusumaningsih, S; Sutopo, J; Nurlaeli, F;. (2021). *Buku Panduan Marketplace*. Bandung: Global Askara pres .
- Rangkuti. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, D. (2008). *Manajemen pemasaran : analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offsite.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi

Offsite.

- Sanusi, A. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solomon, M. (2019). *Solomon, M. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th Edition)*. Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Andi Offside.
- Tripadvisor. (2020). *Pasar Pagi Minggu*. Banjarmasin: Tripadvisor.
- Undang-Undang Merek Nomor. 20 Tahun 2016 Pasal 1 ayat (1). (n.d.).
- Verhoef, P., & Lemon, K. (2013). *Verhoef, P. C., & Lemon, K. N. (2013). Successful Customer Value Management: Key Lessons and Strategies*. Netherland: Edward Elgar Publishing.

Jurnal :

- Dewi, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kuakitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lansbistro Coffe and Resto Surabaya. *JPTN*.
- Gitania, & Lucky. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Productivity, Vol. 2 No. 3, 2021*.
- Ihsan, B. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Deterjen Bubuk Oleh Perusahaan Laundry Di Kecamatan Barabai Hulu Sungai Tengah.
- Imsar. (2019). Analisis Produksi dan Pendapatan Usaha Tani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatra Utara*.
- Khairunnisa. (2016). “Faktor-faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Barang Bermerek (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAN Antasari Banjarmasin)”. . *Skripsi; Syariah dan Ekonomi Islam*.
- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda Jenis

Sckutermatic. *Jurnal Penelitian, Vol 9, No, 1.*

Pradana, D. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor ”. Skripsi; Syariah dan Ekonomi Islam. *Syariah dan Ekonomi Islam.*

Putri, A. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian bekas (Bekas Branded) di Monja Pasar Raya Padang.

Royani, A. (2015). Faktor- faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Lotte Mart Banjarmasin.

Nurmin, A., & Giovanni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif.*

Saputra, A. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Tradisional (Studi Kasus Konsumen Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin).

Wanodyayu, S. (2022). FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PAKAIAN BEKAS DI PASAR BERINGHARJO D.I YOGYAKARTA. *Jurnal Ekonomi Syariah.*

Wang, J., & Oh, J. I. (2023). Factors Influencing Consumers' Continuous Purchase Intentions on TikTok: An Examination from the Uses and Gratifications (U&G) Theory Perspective. *Sustainability (MDPI).*

Yasmianisita, L. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.