

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Amiruddin. (2005). *Fathul Baari Penjelas Kitab Shahih Al Bukhari*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Andi, & Komputer, W. (2017). *Ragam Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pers.
- Bahari, M. A., Faizal, Yue, M., & Anwar. (2012). Marketing Mix From Islamic Marketing Perspective. *SSRN*, 4.
- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Dharmawati, D. M. (2017). *Kewirausahaan*. Depok: Rajawali Pers.
- Etta Mamang Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gunadi, N. P. (2015). The Influence Of Product Quality And Consumer Perception To Purchase Decision On Canon Dslr Camera In Manado. *EMBA*, 213.
- Hana Catur Wahyuni, D. (2015). *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasan, A. (2015). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hashim, N., & Hamzah, M. I. (2014). 7P A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix. *Social and Behavioral Sciences* , 157.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrussa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana.
- Husnawati. (2019, Januari 10).

- Kasmir. (2018). *Kewirausahaan*. Depok: Rajawali Pers.
- KBBI. (n.d.). Retrieved Januari 9, 2019, from <https://kbbi.web.id/pengaruh>
- Kotler, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran I*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Runtu, J. F., & Tumbuan, W. J. (2015). The Influence Of Price, Product Attributes, Origin Of Product, And Philosophy To Customer Loyalty At Pasar Beriman Tomohon. *EMBA*, 87.
- Setiyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Stanton, W. J. (1998). *Prinsip Pemasaran* (7 ed.). (G. Hutauruk, Penyunt., & Y. Lamarto, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Sudradjat Rasyid, M. N. (n.d.). *Kewirausahaan Santri Bimbingan Santri Mandiri*. Jakarta: PT Citrayudha.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryabrata, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Suyanto, M. (2018). *Muhammad Marketing Strategy*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Widjojo, H. (2017). *Sari-Sari Pemasaran*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.