

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdurrahman, N. H. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Assauri, S. (2018). *Manajamen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Azwar, S. (2005). *Metode Penelitian* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. (1994). *Reserch Design: Qualitative and Quantitativie* . London: SAGE Publications .
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P. A. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* . Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing, 12th Edition*. New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition* . New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Lamb, H. d. (2001). *Pemasaran Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian 2000 Jakarta Salemba Empat.
- Marhiyanto, B. (n.d.). 57.
- Michael, S. I. (1997). *Handbook in reserch and evaluation: A Collection Of Principles, Methods and Strategies Useful In The Planning, Design, and Evaluation Of Studies in Education and the behavioral sciences (3rd ed.)*. San Diego: Educational and Industrial Testing Services.
- Miniard, J. F. (1994). *Perilaku Konsumen* . Jakarta: Binarupa Aksara.

- Nasution, .. (2000). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nasution, M. E. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* . Jakarta: Kencana.
- Oentoro, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Philip Kotler, S. H. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Buku-1)*. Yogyakarta: Penerbit Andi dan Pearson Education Asia.
- Priyanto, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- RI, D. A. (2002). *MUSHAF AL-QUR'AN TERJEMAHAN*. Depok: Al-Huda.
- Safithry, E. A. (2018). *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes*. Malang: CV IRDH.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, N. J. (2017). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah, Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* . Jakarta: Lentera Hati .
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sinaga, K. E., Matondang, Z., & Sitompul, H. (2019). *Statistika: Teori dan Aplikasi Pendidikan* . Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sugiyoni. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Susanto, P. k. (2000). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Tantri, T. A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawal iPress.

Widoyoko, E. P. (2016). *Teknik-Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

B. Skripsi atau Penelitian Terdahulu

Ariyanti, N. (2019). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berinvestasi Di Galeri Investasi Syariah UIN Antasari Banjarmasin*. Banjarmasin : UIN Antasari.

Gifary, M. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Isotonik (Studi Kasus Pada Mizone Di Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

C. Jurnal

B'tara Linggamurti Nisditya Pramana, I. H. (2017). Peran Dinas Pengelolaan Pasar dan Paguyuban Pedagang Pasar Kliwon dalam Proses Revitalisasi Pasar Kliwon Surakarta. *Jurnal Wacana Publik* , 25.

Dedy Ansari Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* , 193-213.

Dewantoro, A. (2019). Pengaruh Optimisme Terhadap Kemampuan Identifikasi Peluang Mahasiswa Strata Satu Pada Perguruan Tinggi Di Surabaya. *AGORA* , 1-6.

Lulud N Wicaksono, D. P. (2008). Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Jurusan Ilmu Pemerintahan* , 4.

Nurjanah, S. F. (2019). Pengaruh E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee. *JIAGABI* , 154-162.

- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen* , 1-10.
- Pratiwi, H. D. (2013). *Online Shop Sebagai Cara Berbelanja Di Kalangan Mahasiswa UNNES*. Semarang : Universitas Negeri Semarang .
- Purnomo, P., & Palupi, M. S. (2016). Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V. *Jurnal Penelitian (Edisi Khusus PGSD)* , 151-157.
- Utami, S. W. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma* , 104-116.
- Wafirotin, K. Z. (2015). Persepsi Keuntungan Menurut Pedagang Kaki Lima Di Jalan Baru Ponorogo. *Ekulilibrium* , 28-29.
- Wardoyo, I. A. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* , 12-26.
- Zulastari, D. I., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Citra Merek Bukalapak.com Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Komunitas Bukalapak.com Di Indonesia). *e-Proceeding of Managemet* , 634.