

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdullah, H. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Badan Pusat Kota Statistik Banjarmasin. (n.d.). *Banjarmasin Dalam Angka 2017*
- Cand Suhardi. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani, Ni Desak Made Sri Adnyawati, Cok Istri Raka Marsiti, Ketut Widiartini, & Made Diah Angendari. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Departemen Agama RI. (2004). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: PT. SYaamil Cipta Media.
- Kahf, M. (2005). *Ekonomi Islam, Alih Bahasa Machnun Husein, edisi II, cet Ke-1*. Yogyakarta: Aditya Media.
- KBBI Edisi Ketiga, T. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, P. (1999). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, terj. Fandy Djiptono*. Yogyakarta: Andi.
- Muhammad, N. R. (2010). *Teori Ekonomi Mikro (Perbandingan Ekonomi Islam dan Konvensional)*. Jakarta: Kencana.
- P3EI UII Yogyakarta. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sendow, G. E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada PT Jumbo Swalayan Manado.
- Sitepu, N. I. (2016). Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*.
- Srisusilawati, P. (2017). Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan . *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 1 No. 1*.

- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto Priyo Hastono. (2016). *Analisis Data Pada Bidang Kesehatan*. Depok: PT RajaGrafindo.
- Sutanto Priyo Hastono. (2016). *Analisis Data Pada Bidang Kesehatan*. Depok: PT RajaGrafindo.
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- V. Wiratna Sujarweni. (2015). *Statistik Untuk Kesehatan*. Yogyakarta: GAVA MEDIA.

B. Jurnal

- Azizah, M. (2012). HARGA YANG ADIL DALAM MEKANISME PASAR DAN PERAN PEMERINTAH DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *UNISIA, Vol.XXXIV No.76 Januari 2012*.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product. *European Scientific Journal*.
- Didin Kartikasari, Zainul Arifin, & Kadarisman Hidayat. (2018). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(Penelitian pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan merek Indomie).
- Dr. Nevine Eshra, & Dr. Noha Beshir. (2019). Effect of Consumer Attitude towards SMS Advertising and Demographic Features on Egyptian Consumers Buying Decision. *Journal of Marketing Management* .
- Hutama Pra Raka Atmaja. (2019). SNEAKER CULTURE: STUDI ETNOGRAFI TERHADAP KOMUNITAS INDONESIA SNEAKER TEAM DALAM KONSTRUKSI IDENTITAS DAN REPRODUKSI BUDAYA URBAN.
- Irawati, H. Makmur Kambolong, & Sahrun . (n.d.). ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PROSES PEMBELIAN BERBAGAI JENIS MEREK LIPSTIK (Studi Pada Wanita Pemakai Lipstik di Kecamatan Kambu Kota Kendari). 4.
- Leonardo Sigit Pranata, & Budi Prabowo . (2018). CITRA MEREK (BRAND IMAGE) BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SEPATU CONVERSE . *JURNAL BISNIS INDONESIA*, 1.
- Lien, D. (2016). Organization for Making Production Cost Estimates System in Business . *European Journal of Economics and Management Sciences* .

- M Youri Luthfia, Helni Mutiarsih Jumhur, & Endang. (2019). ANALISIS PENGARUH PENJUALAN RARE SNEAKERS DENGAN HARGA RESELL TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SNEAKERS HEAD. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 3 No. 1/ April 2019*, 192.
- Maulida Naila Salma, Y. (2017). ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK SYARIAH MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
- Mawat Daini Asra, & Achmad Manshur Ali Suyanto. (2019). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON SELULAR SAMSUNG BERBASIS ANDROID DI INDONESIA.
- Nuki Dian Marchiani, Wahyu Hidayat, & Reni Shinta. (2015). PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS MEREK CONVERSE (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). 2.
- Qazzafi, S. (2019). CONSUMER BUYING DECISION PROCESS TOWARD PRODUCTS. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*.
- Saputra, M. (2017). PENGARUH KARAKTERISTIK SYARIAH MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SUMSEL BABEL SYARIAH CABANG PEMBANTU UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- Satrio Manggala Putra Sahrub. (2018). PEMAKNAAN FASHION BAGI INDONESIA SNEAKERS TEAM SURABAYA (Studi Gaya Hidup pada Komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya).
- Sitepu, N. I. (2016). Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*.
- Srisusilawati, P. (2017). Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan . *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 1 No. 1*.
- Stankevich , A. (2017). Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review. *Journal of International Business Research and Marketing*.

Ummu Habibah, & Sumiati . (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BANGKALAN MADURA . *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.

C. Skripsi

Saputra, Adi. (2018) “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin)”

Nurul Khairiah (2017) “Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Bakso Syar’i Khas Malang Landasan Ulin Banjarbaru”

Ahmad Royani (2015) “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Lotte Mart Banjarmasin”

D. Wawancara :

Ajib, M. Y. (2020, Maret 5). Wawancara Tentang Pengaruh Barang Bermerk di Lingkungan Kampus. (M. A. Rachman, Pewawancara)

E. Website :

STIMIK AMIKOM Yogyakarta. (2014, Mei). *Sejarah Sneakers dan Perkembangannya di Indonesia*. Retrieved from GADO-GADO BLOG: <http://hilmyluqmanap.blogspot.com/2014/05/sejarah-sneakers-dan-perkembangannya-di.html>