

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H., & Mashudi, M. (2018). Al-Maslahah Al-Mursalah dalam Penentuan Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 4(01), 63-75.
- Ahmad Ifham S. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ariska, Fian. (2020). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*. IAIN Metro: Lampung.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Dermawan, Dicky. (2020). *Pengaruh Faktor Demografi terhadap Keputusan Pembelian Secara Kredit: Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Bulu Cina*. UMSU: Medan.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fathoni, Nur. (2013) Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI. *Jurnal Economica*. Vol IV. Edisi 1.
- Fatriansyah, Alif Ilham Akbar (2020). *Kajian Penelitian Tentang Hukum Jual Beli Kredit*. SUHUF: Bandar Lampung.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS

- Heliawan, Y., & Wisnu, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukaharjo. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. 18(2), 174-180)
- Hendi Suhendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Hermansyah. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Hj. Asiah, N. (2020). Masalah Menurut Konsep Imam Al-Ghazali. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*. 18(1), 118-128.
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ibrahim, Johannes. (2004). *Cross Default & Cross Collateral dalam Upaya Penyelesaian Kredit Bermasalah*. PT Refika Aditama: Bandung.
- Fauzia, Ika Yunia & Abdul Kadir Riyadi. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam; Perspektif Maqashid al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana.
- Kanuk dan Schiffman. (2010). *Consumer behavior, the behavior that consumer display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs.Tenth Edition*. Pearson Education. NewYork.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Pebankan*. Jakarta : Rajawali Pers, 2015.
- Kriantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, dengan kata pengantar oleh Burhan Bungin, Edisi pertama. Jakarta: Kencana.

- Monroe, Kent B. (1990). *Pricing: Making Profitable Decision*. 2th Edition. Singapore: Mcgraw- Hill.
- Masruri. (2019). *Hukum Jual Beli Bertempo Dalam Perspektif Hadits-Hadits Al-Kutub As-Sittah*. Other thesis, IAIN Salatiga.
- Moleong, Lexy. J. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Rosda Karya
- Mowen, John C. (1995). *Consumer Behavior. Fourth Edition*. Engelwood Cliffs. New Jersey. Mc.Graw Hill.
- Muhaimin. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Prima.
- Muhammad. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad Abdu Azis, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat*, <https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://eprints.usn.ac>, Diakses tanggal 15 juli 2023.
- Muhammad Mufih. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Nawawi, Ismail. (2012). *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*. Cet. 1. Penerbit Ghalia Indonesia: Bogor.
- P3EI UII Yogyakarta. (2008) *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Priansa, Donni Juni. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabet.
- Putong, Iskandar. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Edisi II. Ghalia Indonesia: Jakarta.

- Rusby Zulkifli. (2017). *Ekonomi Islam*. Pekanbaru, Riau: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
- Setiyaningrum, Ari, Jusuf Udaya dan Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suardyono. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Subagyo, P Joko. (1999). *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Schiffman, Leon G, dan Lesli Lazer Kanuk. (2003). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Cet. Ke- 16. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. (2016). *Fiqh Muamalah*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Sumadi Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS: Yogyakarta.
- Susastro, Mulyadi Niti. (2013). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabet.
- Syahrial, R., & Wijaya, O. Y. A. (2021). Perilaku Konsumen Terhadap keputusan Pembelian Beras Merah Di Pasar Tembok Surabaya. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. 5(2), 653-661.
- Syarifuddin, Amir. (2008). *Ushul Fiqih*. Jakarta: Predana, cet.IV.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

Jakarta: Balai Pustaka.

____. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Utama, ChristinaWhidya. (2008). *Strategi Pemasaran Ritel*, Edisi Revisi. Jakarta:

PT Indeks.

Yanti, Tri Hasrida. (2006). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat*

Terhadap Jual Beli Kredit Ditinjau Dari Ekonomi Islam. Institut Agama

Islam Negeri (IAIN) Metro: Lampung.

<https://www.merdeka.com/quran/al-isra/ayat26-27>

<https://sungai-rasau.tanahlautkab.go.id>