

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *MEA: Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 6(3), 38-51.
- Al-Haritsi, J. b. (2016). *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khayhab*. Jakarta: Khalifa.
- Alma, B. (2017). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2017). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggoro, M. L. (2018). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, E. D. (2011). *Pengaruh Keragaman Produk dan Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan pada Swalayan Anea Jaya Bola*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Persona Jurnal Psikologi Indonesia*.
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Episteme Jurnal Pengembangan Keislaman*, 135-154.
- Devi, F. S. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Labtop Merek HP (Studi di CV. HHarapan Indo Sentosa Tulungagung). *UIN SATU Tulungagung*.
- Dilasari, Y. S., & Zubadi, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rabbani Store di Kota Magelang. *Febenefecium*, 743-754.
- Drikarya, N. (2019). *Percikan Filsafat*. Jakarta: Pembangunan.
- Erlina, & Mulyani, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan: USU Press.
- Fahrudin, A. (2016). *Manajemen Pertelevisian Modern*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 1-13.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.

- Harahap, A. D. (2018). *Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Gojek pada Mahasiswa di Kota Medan*. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hidayat, M. (2019). *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Huriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, H. (2015). *Customer Satisfaction*. Yogyakarta: BPFPE.
- Jalaluddin. (2018). *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jasfar, F. (2019). *Manajemen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kasali, R. (2018). *Manajemen Public Relation & Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Griffin.
- Kasmir. (2018). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Maheswari, P. A. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli di Toko Online Shopee*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Mangunwijaya. (2016). *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*. Jakarta: Gramedia.
- Megarani, C. (2018). *Kumpulan Ulasan Politik, Ekonomi dan Gaya Hidup Era Digital*. Jakarta: Komkominfo.
- Priyatno, D. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Randheer. (2012). Multidimensional Issue of Brand Image. *International Review of Business and Sosial Sciences*.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rindi, & Nilowardono, S. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image and Promotion on The Purchase Decision of 3second Fashion. *JWC: Journal of World Conference*, 549-556.

- Riofita, H. (2020). *Sistem Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Sutra Benta Perkasa.
- Santoso, S. (2018). *Panduan Lengkap SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2018). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwandi. (2016). *Toko Online Modern dengan Opencart*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Seftiani. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung)*. Lampung: FEBI UIN Raden Intan.
- Selnes, F. (1993). An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation. *European Journal of Marketing*, 27(9).
- Setiadi, N. J. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang. *JAMSWAP: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17-25.
- Sudarso, A. (2017). *Manajemen Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Thouless, & Robert. (2018). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Uripto, C., & Lestari, R. (2023). The Influence of Promotion, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions Through Consumer Trust in Bata Brand Shoe Outlets Mall Cibubur East Jakarta. *JMKSP: Jurnal Manajemen, Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan*, 8(2).
- Usman, H. (2017). *Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yousaf, S., & Malik, M. S. (2013). Evaluating the influences of religiosity and product involvement level on the consumers. *Journal of Islamic Marketing*.
- Yuswohady. (2017). *Consumer 3000 Revolusi Konsumen Kelas Menengah Indonesia*. Jakarta: Gramedia.