

DAFTAR PUSTAKA

- Agutina, A., Suci, R. P., & ... (2021). Pengaruh Strategi Promosi Social Media Dan Kualitas Produk Serta Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian *Adbis: Jurnal Administrasi* ..., 41–51. <http://j-adbis.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/viewFile/110/108>
- Akhyar, K. F. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi pada Japanese Food Restaurant di Magelang) No Title. *SKRIPSI. Magelang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Amirullah. (2015). Populasi Dan Sampel. *Wood Science and Technology*, 16(4), 293–303.
- Apriliani, M. (2019). *Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E) pada Program Studi Ekonomi Syariah*.
- Ardhianto, R., Sunaryono, K., Saputro, W. A., & Sulistyowati, E. (2021). *Pengaruh Harga , Citra Merek , dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Gula Pasir Gulaku (Survey Pada Konsumen DM Swalayan Yogyakarta)*. 1(2).
- Fitri, K. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia E e series. *Jurnal Manajemen*, 100, 1–13.
- Habibah, U. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. 1(1), 31–

- Hidayat, W. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH TABUNGAN WADIAH (Studi Pada BMT ASSYAFI'YAH Cabang Pringsewu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hilmi, R. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart Banjarmasin. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 550–565. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.363>
- Igir, F., Tampi, J., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(002), 269332. <https://doi.org/10.35797/jab.6.002.2018.19856>.
- ILMA, R. (2019). Iai Bunga Bangsa Cirebon Tahun 2019. In *Implementasi Transaksi Jual Beli Di Pasar Sandang Tegalgubug Dalam Perspektif Syariah*.
- Jasmani. (2018). Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan (Studi PT. Baja Perkasa Jakarta). *Jurnal Semarak*, 1(3), 142–157.
- Khaerul Satir. (2015). *Pengaruh Harga Dan Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Rumah pada PT. Haji Satir di Makasar*.
- Lukito, W. A., & Fahmi, D. L. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial

- Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 13–25. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/189>
- Surya, R. (2020). *Pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada usaha*.
- Susanto, A. (2018). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak. In *Universitas Negeri Semarang*.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- Widiawati, A. (2017). Pengaruh citra merek dan promosi penjualan melalui media sosial instagram terhadap keputusan pembelian pada laundry 5Asec cabang Makassar. *Ilmiah BISNIS*, 6(2), 207–219. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/894889>