

DAFTAR PUSTAKA

- Aldy Purnomo, R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. WADE Group.
- Arifin, S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Deepublish.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Dwian, C. U. (2014). *Pengaruh potongan harga, pemberian hadiah, dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen di alfamart kota purworejo*. 1–19.
- Emenina & Angel, R. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Coffee Pim 2. *Eduturisma*, 151, 2.
- Enggal, T. W., Bukhori, M., & Sudaryanti, D. (2019). Analisa Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju di Beberapa Departement Store di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(2), 61–70. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandal Bandung*. 7, 17–32.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Fitriadi, E., & Rini, N. (2019). *KEPUASAN KONSUMEN PADA SHOWROOM PERINTIS*. 9, 56–70.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap keputusan pembelian. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Undip*, 1(2), 159–169. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/237527/jurnal-manajemen-pnj.pdf>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Idris, F., & Idris. (2015). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. 4, 1–9.
- Ilham, fazza fahriza, & Moelyono, N. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild*. 1(2), 139–148.

- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (n.d.). *Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia*. 2012. <https://kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>,
- Komalasari, T. D. (2020). Dampak Pandemi Covid-19, Penjualan Busana Muslim Turun hingga 90 Persen. *Pikiran Rakyat Com*. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01378922/dampak-pandemi-covid-19-penjualan-busana-muslim-turun-hingga-90-persen>
- Kotler, P. dan G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- malinda, yola. (2015). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya. *Economica*, 2(1), 28–32. <https://doi.org/10.22202/economica.2013.v2.i1.214>
- Nainggolan, E. D. K. dan K. (2016). Faktor-Faktor Bauran Pemasaran, Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk Kosmetik Oriflame. *Jurnal Ecodemica*, 3(2), 501–515. <https://doi.org/10.31311/jeco.v3i2.42>
- Notoatmodjo, S. (2010). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasinya*. PT. Rineka Cipta.
- Pangenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Антибиотики И Химиотерапия*, 59(9–10).
- Pertiwi, M., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Konsumen Baker&s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37(1), 188–195.
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Puspa Utami, A. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket KOPMA Universitas Negeri Yogyakarta*. June.
- R, L. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Toko Akahijab Tulungagung ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*.
- Ramadhani, P. S., Ariningsih, E. P., & Wijayanti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Helm Merek GM di Purworejo. *SEGMEN: Urnal Manajemen Dan Bisnis*, 010, 1–17.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018).

Manajemen pemasaran. CV Manhaji.

Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

Saraswati, M. L. (2013). *Pengaruh Desain Produk , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pda Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan*. 024, 1–10.

Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

Setyaningrum, A., Udaya, Y., & Efendi. (2015). *Prinsip - prinsip Pemasaran (Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Green Marketing dan E-Marketing*. Penerbit Andi.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.

Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016b). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.

Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Caps (center for academics publishing service).

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Penerbit Andi Yogyakarta.

Zakaria, G. A. N. (2016). *Pengaruh Kemasan (Packaging) Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pia Ohara Kota Gorontalo*. 283.