

DAFTAR PUSTAKA

- A, Nana Herdiana. 2015. *“Manajemen Strategi Pemasaran”*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Adi W, Lili dan Donni Juni P. 2017. *“Manajemen Komunikasi dan Pemasaran”*. Bandung: Alfabeta
- Al-Qur’an Terjemah dan Tajwid. 2014. Bandung: Sygma Creative Media Corp
- Amin E, Aidil dan Denok Sunarsi. 2020. “Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan dalam Mendirikan UMKM dan Efektifitas Promosi Melalui Online di Kota Tangerang Selatan”. *Jurnal Ilmiah MEA*. Vol 4. No 3
- Andrian, dkk. 2022. *“Perilaku Konsumen”*. Malang: Rena Cipta Mandiri
- Andriyanti, Reny dan Dyah U.D. 2021. “Faktor-faktor Sosial yang Mempengaruhi Kesadaran Gaya Hidup Cinta Produk dalam Negeri Generasi Muda Indonesia”. *Jurnal Sosio Informa*. Vol 7. No 1
- Arfah, Yenni. 2022. *“Keputusan Pembelian Produk”*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional
- Aryadi, Heri dan Wahyuni. 2019. “Tinjauan Prosedur Pembelian Barang di Bagian Purchasing Pada PT Duraconindo Pratama Jakarta”. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol 16. No 2
- Atajudin N, Astriana B.S, dan Cecep Effendi. 2020. “Pengaruh Promosi Offline dan Online Terhadap Keinginan UMKM Untuk Bermitra dengan SMESCO Indonesia”. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*. Vol 4. No 2
- Aulianda, Resa, dkk. 2019. “Analisis Pengaruh Religiositas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Membeli Produk Halal (Studi Pada Masyarakat Desa Meunasah Baro Aceh Besar)”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* Vol 3. No 2
- Dahmiri, Husni Hasbullah, dan Siska Sefrita Sari. 2020. “Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Jambi”. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*. Vol 9. No 1
- Daulay, Raihanah, Susi Handayani, dan Ika Purnama Ningsih. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan”. *Jurnal KNEMA*, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Diana, Rahma dan Windika Bahgie. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Serba Ada Takengon”. *Jurnal Kebangsaan*. Vol 9, No 18

- Duwi Prayitno. 2010. *“Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS”*. Jakarta: PT Buku Seru
- Edy Wibowo, Agung. 2021. *“Metodologi Penelitian: Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah”*. Cirebon: Insania
- Elvera, dan Sastra Mico. 2021. “Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab di Kota Pagar Alam”. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*. Vol 2. No 3
- Fadilla. 2017. “Hubungan antara Pendapatan dan Gaya Hidup Masyarakat dalam Pandangan Islam”. *Jurnal Ilmu Syariah FAI UIKA*. Vol 5. No 1
- Farma, Junis dan Khairil Umuri. 2020. “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful”. *Jurnal Studi Islam*. Vol 15. No 1
- Feriyanto, Wahyu dan Noor Kholis. 2022. “Pengaruh Brand Image, Islamic Store Atmosphere dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening”. *KIMU*
- Filiana. 2021. “Analisis Penerapan promosi Menurut Ekonomi Syari’ah dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai Martabak Ulama India Kota Jambi”. UIN Sultha
- Idri. 2015. *“Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi Edisi Pertama”*. Jakarta: Kencana
- Imam Ghozali. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19”*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali. 2008. *“Analisis Multivariate dengan Program SPSS ed Bp Undip”*. Semarang
- Imam Ghozali. 2018. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25”*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Imam Tantowi, Achmad dan Anton Widio Pratomo. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Daong Pancawati”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol 8. No 2
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2018. *“Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akutansi dan Manajemen”*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- K, Aziza Hanifa, Jahtu Wdya N, dkk. 2020. “Pengaruh Brand Awarness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol 6. No 2
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *“Manajemen Pemasaran terjemah Bob Sabran Jilid I ed. I”*. Jakarta: Erlangga

- Levy, Michael dan Barthon A. Weitz. 2015. "Retailing Mangement Information Center. New York: McGraw Hill Higher Education
- M, Sweetly Jane, Jantje Sepang, dan Djuwarti Soepeno. 2019. "Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)". *Jurnal Emba*. Vol 7. No 3
- Maddinsyah, Ali. 2022. "Pengantar Marketing Ritel". Surabaya: Cipta Media Nusantara
- Maizar, dkk. 2022. "Pengantar Statistik I". Bandung: Media Sains Indonesia
- Martono, Nanang. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif". Jakarta: Rajawali Pers
- Masrukin. 2009. "Metodologi Penelitian Kuantitatif". Kudus: STAIN Kudus
- Mastinah Siti, Ambar Lukatiningsih, dan Bernadetta Diansepti Maharani. 2021. "Pengaruh Store Athmosphere, Mood, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Café Legend Coffe Yogyakarta)". *Jurnal MEKA*. Vol 2. No 1
- Melinda, Puput. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bisnis Retail di Lampung". *Duniabisnis.org* 1. No 3
- Neolaka, Amos. "Metode Penelitian dan Statistik". Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Oscar, Bheben dan Hilman Cahya. 2020. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army". *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*. Vol 10. No 1
- Prasetya, Indrea. 2022. "Metode Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik". Medan: Umsu Press
- Pratiwi, Dita Apriliana Nur. 2020. "Pengaruh Promosi Online, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Shopee". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 9. No 8
- Priansa, Doni Juni. 2017. "Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial". Bandung: CV Pustaka Setia
- Qur'an Kemenag, 17 Juni, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/surah/7>
- Rahmawati, Ita, dkk. 2020. "Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif". Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah
- Rohayaedi, Eddy. 2020. "Konsumerisme dalam Perspektif Islam". *Jurnal Transformatif*. Vol 4. No 1
- Rosida dan Intisari H. 2020. "Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima)". *Jurnal of Business and Economics Research*. Vol 1. No 2

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2014. “*Perilaku Konsumen*”. Yogyakarta: Andi
- Sekar P, Dinda dan Reni Nuraeni. 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi”. *Jurnal Common*. Vol 3. No 1
- Setianingsih, Eka Sari. 2018. “Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak”. *Malih Peddas*. Vol 8. No 2
- Sugiyono, 2009. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2004. “*Metode Penelitian Bisnis*”. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. “*Metode Penelitian Bisnis*”. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. “*Metode Penelitian Bisnis*”. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. “*Metode Penelitian Bisnis*”. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. “*Statistik untuk Penelitian*”. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. “*Metode Penelitian Manajemen*”. Bandung: Alfabeta
- Supardi. 2005. “*Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*”. Yogyakarta: UII Press
- Swarjana, I Ketut Swarjana. 2022. “*Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian*”. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tanjung, Agustini. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*. Vol 5. No 3
- Tanjung, Agustini. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*. Vol 5. No 3
- Tansala, Desilsan, Tinneke M Tumbel, dan Olivia F.C. Walangitan. 2019. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Gramedia Manado”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 8. No 1
- Wahyuni, Sri dan Kiki Joesyiana. 2021. “Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau”. *Jurnal eCo-Buss*. Vol 4. No 1
- Yolanda, dan Darmanitya H.W. 2018. “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas ekonomi Universitas Borobudur”. *Jurnal Manajemen*. Vol 6. No1