

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Siti. "Tinjauan Islam Terhadap Konsep Dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi Di Makassar." UIN Alaudin Makassar, 2018.
- Amron. "The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars." *European Scientific Journal* 14, no. 13 (2018): 230.
- Arman. *INTRODUKSI MANAJEMEN PEMASARAN (Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran)*. Bangkinang: LD Media, 2022.
- Atabik, Ahmad. "Pemasaran Desain Produk Pespektif Hukum Ekonomi Syari'ah." *Journal of Sharia Economic Law* 1, no. 1 (2018).
<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/tawazun/index>.
- "Beranda Herbalife Nutrition, Diakses Pada 10 April 2023." www.myherbalife.co.id, n.d.
- "Departemen Agama Republik Indonesia Al-Qur'an Dan Terjemah.," n.d.
- Diovanry Tirtana, dan Anis Turmidhi. "Pengaruh Promosi Online, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 12, no. 2 (2021): 216.
- Effend, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Ernawati, Reni. "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta." *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 4, no. 2 (2021): 80–90.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>.
- Fanani, Nur Asnawi dan Muhammad Asnan. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, Dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Fauziyah, Widya Nur, and Lia Siti Julaeha. "Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif (Studi Kasus Di Instagram @superjunior_elfindonesia)." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 7 (2022).

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6548380>.

- Fiksi Maiza, Agus Sutardjo, Rizka Hadya. “PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO NAZURAH HIJAB DI KUBANG TUNGKEK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA.” *Jurnal Matua* 4, no. 8.5.2017 (2022): 375–86.
- Hakim, Muhammad Aziz. *Dasar Dan Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisans, 2005.
- “[Http://Perusahaan.Herbalife.Co.Id/](http://Perusahaan.Herbalife.Co.Id/) Diakses Pada 25 Juli 2023 Pukul 13.55,” n.d.
- Izzaty, Wildan. “PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. HALAL NETWORK INTERNATIONAL (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA HARAPAN MAKMUR SELATAN).” *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI* 9, no. 3 (2022): 1561–76.
- Kanter, G E, Joyce S L H Lapijan, and Djurwati Soepeno. “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN COFFEE LATTE ERA PANDEMI COVID-19 DI RANGOW COFFEE KECAMATAN LANGOWAN BARAT THE EFFECT OF MARKETING MIX ON CONSUMER BUYING DECISION COFFEE LATTE IN THE ERA COVID-19 PANDEMIC AT RANGOW COFFEE L.” *Jurnal EMBA* 10, no. 1 (2022): 1555–65.
- Karjuni, Agus, and Eli Susliawati. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka.” *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2021): 163.
<https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v2i2.443>.
- Kartajaya, Muhammad Syakir Sula dan Hermawan. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kevin, Philip Kotler dan Kevin. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, n.d.
- Kotler, Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Milenium*. Jakarta: Prehalindo, 2012.

- . *Manajemen Pemasaran*. Prentice-Hall Inc, 2000.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2005.
- . *Manajemen Pemasaran (Jilid 2)*. Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Lailiyah, Nur, and Fauzan. “Pengaruh Kemasan (Packaging) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Home Industry Kopi Mangrove Di Pasuruan.” *An-Nibraas* 1, no. 02 (2022): 113–33.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Marthon, Sa'id Sa'ad. *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Global*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.
- Matondang, Miguna Astuti dan Nurhafifah. *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Muharri, Meigi Nur, and Muhammad Rahmat. “PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT . HEALTH WEALTH INTERNATIONAL (Studi Kasus Masyarakat Desa Marindal I Kec . Patumbak Kab . Deli Serdang).” *Jurnal Mutiara Manajemen* 6, no. 1 (2021): 25–36.
- Mulyadi, M Noorman. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba” 10, no. 3 (2022): 511–18. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>.
- Musfar, Tengku Firli. *Manajemen Produk Dan Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Muslim, Sahih. “[https://Muslim.Okezone.Com/Read/2020/07/25/330/2251825/Sombong- Yang-Sebenarnya-Adalah-Menolak-Kebenaran-Dan-Meremehkan-Orang.](https://Muslim.Okezone.Com/Read/2020/07/25/330/2251825/Sombong-Yang-Sebenarnya-Adalah-Menolak-Kebenaran-Dan-Meremehkan-Orang.),” n.d.
- Muslimin, Supriadi. “Supriadi Muslimin, Dkk, ‘Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam,’ *Journal of Islamic Economics* 2 (2020): 1–11.” *Islam,* *Journal of Islamic Economics* 2 (2020): 1–11.
- Ni Made Wulan Pradnyadewi, Dewiati Sujadi. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TUPPERWARE (Studi Kasus Pada PT. WIDYA MUTIRA BALI Di Denpasar).” *Journal Research Management (JARMA)* 01, no. 2 (2020): 132–44.

- NINGSIH, SURYA, MASKURI SUTOMO, and IRA NURIYA SANTI. "Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Pada Hypermart Di Kota Palu Surya Ningsih Maskuri Sutomo Ira Nuriya Santi" 6, no. 3 (2020): 243–51.
- Nurfauzi, Reza, Cece Rakhmat, and Ari Arisman. "Pengaruh Packaging Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Produk Sale Ambon Ibu Ooh Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya)." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 10 (2022): 3410–14.
- Pangiuk, A.A Miftah dan Ambok. *Pemberdayaan Ekonomi Dan Bisnis Islam Muslim Jambi Dalam Perspektif Wirausaha*. Malang: Ahli Media Press, 2020.
- Prasetya, Bambang D. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press, 2018.
- Rai Mas Ayu Dayanti, Alexander Wahyudi Henky Soeparto dan Dwi Sunu. "PENGARUH KEMASAN DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BISNIS RINTISAN SESARI BASE." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 6, no. 5 (2021).
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2007.
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji dan. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Sumilat, Steve Marshelino Dewana, Joyce Lopian, and Debry Lintong. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 2 (2022): 541. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>.
- Supriyadi Muslimin, Zainab, Wardah Jafar. "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam." *Journal of Islamic Economics* 2 (2020): 1–11.
- Suryani, Ade Nia. "PENGARUH KUALITAS PRODUK HERBALIFE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CLUB SEHAT SKY TOWN." *Jurnal Adminika Volume* 5, no. 1 (2019).
- Tarigan, Vitryani. "Pengaruh Desain Kemasan Produk Makanan Ringan 'Mini Oreo Terhadap Impulsive Buying' (Study Kasus

- Pada Konsumen Suzuya Pematangsiantar.)” *Tapanuli Journals* 1, no. 2 (2019): 462–70. <http://journal.ojs-unita.com/index.php/unita/article/view/64>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.
- Waluya, Aris Insan, and M Ali Iqbal. “How Product Quality , Brand Image , and Customer Satisfaction Affect the Purchase Decisions of Indonesian Automotive Customers Rhian Indradewa *.” *J. Services, Economics and Management*, 10, no. 2 (2019): 177–93.
- “Webs Diakses Pada 10 April 2023.” (<https://duta.co/wowindonesia-masuk-10-herbalife-dunia/,2017>), n.d.
- Wicaksono, Raden M. S. P, Siti Saroh, and Daris Zunaida. “Analisis Pengaruh Physical Evidence, Price Discount, Pople Dan Packaging Terhadap Implusive Buying Pada Produk Kuliner.” *Jiagabi* 10(1), no. 1 (2021): 64–74.
- Widyastuti, Ani Nor, and Naelati Tubastuvi. “The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 11, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.18196/mb.11295>.
- Yasa, I Made Joyce Lapijan Rotinsulu Jopie Jorie. “ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NUTRITION SHAKE HERBALIFE DI EMPAT RUMAH NUTRISI KOTA MANADO ANALYSIS OF THE EFFECT OF MARKETING MIX ON THE DECISION TO PURCHASE.” *Jurnal EMBA* 6, no. 4 (2018): 1958–67.