

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, Stefanus, dan fanny Septina. “Persepsi Konsumen pada Kualitas Produk Keripik Suher.” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 4, no.4 (2019): 613.
- Anam, Chairul. “Pengaruh Komitmen Beragama, Pengetahuan Agama, dan Orientasi Agama Terhadap Preferensi Masyarakat pada Bank Syariah di Surabaya.” *Jurnal Studi Manajemen* 3. No.1 (2016): 83.
- Darmawan, Darwis, dan Siti Fadjarajani. “Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap Pelestarian Lingkungan dengan Perilaku Wisatawan dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan.” *Jurnal Geografi* 4, No 1 (2016): 41.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Djaali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2020.
- Duli, Nikolaus. *Metode Penelitian Kuantitatif; Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Firmansyah, M.Anang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Hardani, Halmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Raushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, dan Nur Hikmatul Auliya. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Hermawan, Herry. “Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online.” *Wacana* 16, no.1 (2017): 141-142.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Jaiz, Muhammad. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Latief, Abdul. “ Analisis Pengaruh produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 7, no.1 (2018): 90.
- Legowati, Diyah Ayu, dan Farah Nisa Ul Albab. “ Pengaruh *Attitude*, Sertifikasi Halal, Promosi, dan *Brand* Terhadap *Purchase Intention* di Restoran Bersertifikasi Halal.” *Jurnal Of Islamic Economis, Finance, and Banking* 2, no.1 (2019): 39.
- Maghfira, Ella Putri, dan Farid. “Pengaruh *Self Congruity* Terhadap Niat Perilaku dengan *Experiential Value* Sebagai Variabel Mediasi

- (Wisatawan Destinasi Kota Banda Aceh.)” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 1, no.1 (2016): 45.
- Mahardika, Tegar Pangesti. “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Wardah Cosmetics in Yogyakarta).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 16. No.2 (2019): 88-89.
- Masrukhin. *Statistik Deskriptif dan Inferensial Aplikasi Program SPSS dan Excel*. Kudus: Media Ilmu Press, 2014.
- Meitiana. “Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur *Theory of Planned Behavior*.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 13, no.1 (2017):17.
- Nasution, Harun. *Filsafat Agama*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Noverita, Wirayanthi dan Singgih Santoso. “Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label.” *jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2, no.1 (2019): 88-89.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astutidkk, Endang Sri Utami, M. Budiantara. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Si Buku Media, 2017.
- Nusarika, Luh Alviolita Kusuma, dan Ni Made Purnami. “Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 4, no.8 (2015):2380.
- Pratiwi. *Pola Asuh Anak Pada Pernikahan Beda Agama*. Tangerang: Guna Darma, 2010.
- Pujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, dan Syarifah Gustiawati. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap keputusan pembelian.” *Journal of Islamic Economic and Banking* 2, no.1 (2020): 145.
- Puranto, Edy, dan Aryo Wibisono. “Pengaruh *Country Of Origin, Word Of Mounth*, Kualitas Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Beli.” *Jurnal Riset dan Bisnis* 4, no.3 (2019): 367
- Rita, Lusi Maretti, dan Endang Sutrisna. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.” *JOM FISIP* 3, no. 2 (2016): 2.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset dan Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Santoso, Imam. “Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan

- pembelian dan Keputusan Konsumen.” *Jurna Manajemen Teknologi 15*, no.1 (2016): 95.
- Sari, Ovi Hamidah, Fitria Halim, Rahman Tanjung, Adi Permadi, Adhi Prasetyo, Hasnidar, Idah Kusuma Dewi, Arfandi SN, Andriasan Sudarso, Hasyim, Darwin Lie, Nana Triapnita Nainggolan, Sisca Agustian Budi Prasetya, Janner Simarmata. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Satria, Arief Adi. “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36.” *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis 2*, no.1 (2017): 45.
- Segoto, Eddy Soeryanto. *Entrepreneurship menjadi pebisnis ulung*. Jakarta: PT Elex Media komputindo Kompas Gramedia, 2014.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group, 2019.
- Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, 2007.
- Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Subakti, Agung Gita, Darwin Tenironama, dan Ari Yuniarso. “Analisis Persepsi Konsumen.” *Tourism and Hospitality Essential (THE) Journal 8*, no. 1 (2018): 34.
- Sudarsono, Heri. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA, 2017.
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Suyono. *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Syafei, Imam. “Pengaruh Tingkat Pengetahuan Agama Terhadap Persepsi Mahasiswa pada Gerakan Radikalisme Berbasis Agama (Studi pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung).” *Jurnal Pendidikan Islam 9*. No.1 (2018): 61.
- Thouless, H. Robert. *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995.
- Umami, Risatul, As'at Rizal, dan Sumartik. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café.” *Equilibrium 5*, no.2 (2019): 250.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Univeritas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019.
- Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

- Wandayu, Rika Candra, Bambang Purnomosidhi, dan Abdul Ghofar. "Faktor Keperilakuan dan Perilaku Kecurangan Akademik: Peran Niat sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Riset Akutansi dan Keuangan Indonesia* 4, No.1 (2019): 91.
- Wati, Lina Asmara ,dan Mimit Primyastanto. *Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Modern Teori dan Aplikasinya*. Malang: UB Press, 2018.
- Wirayanthi, Noverita, dan Singgih Santoso."Citra Merek dan Kualitas Minat Beli Produk Private Label." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara* 2. No.1 (2019): 89-90.
- Yoebrilianti, Anggit. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel." *Jurnal Manajemen* 8, No.1 (2018):24
- Yusuf, Muhammad, dan Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press,2018.
- Zahri, Yasir, dan Hafasnuddin."Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 1. No.1 (2016): 77-78.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil,danMenengah,https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.karokab.go.id/id/attachments/article/1229/PP17_2013.pdf&ved=2ahUKEwjx18blnbvuAhWFILcAHY62Dw4QFjAJegQIBBAB&usg=AOvVaw3KnuV1Iwduhue nDAjVPQdp.