

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Johannes Djohan, MM, FIAS., *Manajemen dan Strategi Pembelian*, (Malang : MNC Publishing, 2016).
- Ajat Rukajat, M.MPd., *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2018).
- Akrim Ashal Lubis, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 16, No. 2, 2015 : 2.
- Ali Muhson, *Teknik Analisis Kuantitatif*.
- Anang Firmansyah, S.E., M.M., *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media, 2020).
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2013).
- Dhian Tyas Untari, *Pemasaran Jasa dan Strategi Promosi*.
- Diah Ernawati, Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijack Sandals Bandung, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 No. 1, 2019:18.
- Diah Ernawati, Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7, No.1, 2019:19
- Edi Barlian. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Padang : Sukabina Press, 2016).
- Ian Antonius Ong dan Drs. Sugiono Sugiharto, M.M., Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No.2, 2013:3.
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011).
- Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khatab*, (Jakarta:Khalifa, 2006).
- Jasmani, Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan, *Jurnal Ilmiah Semarak*, Vol. 1, No. 3, Oktober 2018 : 144-145.

- Jeofer Pratama Sahetapy, Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel di Sinar Sakti Manado, *Jurnal Emba*, Vol. 1, No. 3, 2013:412.
- Juli Ismanto, S.KM., M.M., *Manajemen Pemasaran*, (Pamulang : UNPAM PRESS, 2020).
- Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta Selatan: LPU-UNAS, 2017).
- Lilis Kayawati & Esa Kurnia, Membangun Citra Merek sesuai konsep Syariah, *Jurnal International Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 2021, Vo. 3, No. 3.
- Meithiana Indasari., *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya : Unitomo Press, 2019).
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : AMP YKPN, 2001).
- Muhammad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam* (Jakarta : Zirul Hakim, 2010).
- Mumuh Mulyana, Strategi Promosi dan Komunikasi, *Jurnal Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 2019.
- Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*, (Jakarta Selatan : Salemba Empat, 2018).
- Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol 3, No. 1, Februari 2018 :12.
- Salim, M.Pd & Dr. Haidir, S.Ag. M.Pd., *Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : Kencana, 2019).
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Iwanga, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Gajah Mada University Press : Yogyakarta, 1997).
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013).
- Supriyadi, Wahyu Wiyani, dkk., Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4 No. 1, Januari 2017:75.

- Syeikh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syekh Imam Al-Qurthubi*, (Jakarta : Pustaka Azzam, 2007).
- Tamamudin, *Merefleksikan Teori Pemasaran ke dalam Praktik Pemasaraan Syariah*, Jurnal Hukum Islam, 2014, Vol. 12, No.2, 282.
- Tasnim, Andriasan Sudarso, dkk., *Komunikasi Pemasaran*, (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2021).
- Vidya Hanesty Purbarani & Suryono Budi Santoso, Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang), *jurnal managemen diponegoro*, Vol. 2, No. 3, 2013: 2.

Website :

<https://www.larissa.co.id/about> diakses 15 Mei 2022

<https://www.larissa.co.id/product> diakses 15 Mei 2022

www.larissa.co.id

