

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amanah, I. T. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Toko Ninety-nine Pesantren Kota Kediri*. Skripsi. IAIN Kediri.
- Ardiansyah, F. (2019). Kebijakan fiskal Faris. *Jurnal UMSIDA*, 11(1).
<http://scioteca.caf.com>
- Assauri, S. (2019). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Zeithaml, V. A. (2017). *Pemasaran jasa: Mengintegrasikan fokus pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2017). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson.
- Daniar, R. W., dkk. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Elisisus, G., & Manggu, B. (n.d.). Pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga futsal Adidas di Kabupaten Landak. Retrieved from www.topbrand-award.com
- Fany, M., Setiawati, S., Rinjani, S. P., & Marlina, L. (2025). Konsep harga adil menurut Ibnu Taimiyah: Relevansi dalam ekonomi modern. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(April).
- Fatimah, S., Soumena, M. Y., Nurhayati, S., Gasali, I., & Makkulau, A. R. (2023). Penetapan harga menurut Ibnu Taimiyah. *Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1). <https://doi.org/10.35905/rikaz.v2i1.6698>
- Futrell, C. (2018). *Customers for life through service* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Gerion, E., & Manggu, B. (n.d.). Pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga futsal Adidas di Kabupaten Landak. Retrieved from www.topbrand-award.com
- Hutasoit, O. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Penetapan Harga Produk Parfum CS*. Universitas Medan Area.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran* (17th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Pemasaran jasa*. Jakarta: Indeks.
- Nagle, T., & Müller, G. (2017). *Strategi dan taktik penetapan harga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Radjab, E., dkk. (2019). *Metodologi penelitian bisnis*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmat Akbar, Y., Mulyana, S., & STIE Persada Bunda. (2023). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi*, 3.
- Salim, S., & Syahrudin. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Sitohang, F. M., & Mahmudi, R. (n.d.). *Keputusan pembelian sepatu futsal dan bola Specs*. STIESIA Surabaya.
- Soesana, A., dkk. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif*. Surabaya: CV Sagara Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2017). *Manajemen pemasaran* (Ed. Revisi). Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Umar, H. (2016). *Metodologi penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh strategi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Wibowo, R. (2021). Pengaruh promosi digital terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Riset Pemasaran*, 9(1).
- Wijayanto, H. (2022). Analisis regresi linier berganda. *Jurnal Statistik Terapan*, 11(1).
- Wulandari, N. (2021). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Shopee*. Universitas Brawijaya.

- Yasa, I. N. P. (2020). Strategi pemasaran digital UMKM. *Jurnal Bisnis Digital Indonesia*, 2(1).
- Yulianto, D. (2019). Pengaruh diskon terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2).
- Yusuf, A. M. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zaki, A., & Yusri, D. (2020). Teori, metode dan praktik penelitian kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7.
- Zulkifli, M. (2020). Analisis pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2).
- Zain, M. (2018). *Perilaku konsumen: Teori dan aplikasinya dalam pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.