

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Adeliani, O. P., dkk. (2025). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Toko *Fashion Muslim Family* Jaya Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Agung, D. A., Wibowo, R. S., & Supriharyanti, E. (2024). Pengaruh persepsi manfaat, showrooming, dan webrooming terhadap niat menggunakan omnichannel: Peran moderasi persepsi risiko. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(5), 1207-1219. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i5.29735>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Religion in Indonesia, 2024*. BPS-Statistics of Samarinda Municipality. <https://samarindakota.bps.go.id/en/statistics-table/1/MzIOIzE=/religion-in-indonesia--2024.html>
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen pemasaran (Perspektif digital marketing)*. Eureka Media Aksara.
- Daft, R. L. (2016). *Organization Theory and Design* (12th ed.). Boston: Cengage Learning.
- detikJabar. (2026, February 28). *Kejayaan ITC Kebon Kalapa Bandung yang pudar*. detikcom. <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-8288986/kejayaan-itc-kebon-kalapa-bandung-yang-pudar>
- DinarStandard. (2025). *State of the Global Islamic Economy Report (SGIE)*.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic Honda. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 1–20.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, M. R., dkk. (2023). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Qomishu Moeslim Wear. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nugraha, P. P. (2023). Korelasi ramalan Joyoboyo pasar ilang kumandange terhadap pemasaran digital di era marketing 4.0 di Indonesia. *Bangun Rekaprima*, 9(1), 75–87.
- Nurdiansyah, H., & Rahman. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Nurlisna, F., Andari, T. T., & Yulianingsih. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian busana muslim pada Toko Kharisma Bogor. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 8847–8858. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4381>
- Nurulita, S., dkk. (2025). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu brand lokal Playerkids. *Jurnal Bisnis Modern*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2017). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education.

- Rosyidi, A., & Izzah, N. (2020). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Fashion* secara online. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–17.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sekarnadi, D. A., Aribowo, H., Fitriyasaki, A., Iswati, & Pratiwi, A. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kestrategisan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Busana Muslim MCP. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(1), 181–194. <https://journal.area.i.or.id/index.php/MENAWAN/article/view/156/173>
- Statista. (2024). *E-commerce market in Indonesia*. <https://www.statista.com>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Waliq, I., dkk. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Jakarta: PT Indeks.
- Wiyoyo, dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.