

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzan Noor Bakri dan Dini Hardianti, „Faktor Determinan Keputusan Pembelian Generasi z Di Shoope“, 2020.
- Annisa Febiastu Sasongko, „Pengaruh Kegiatan Komunikasi Periklanan, Hubungan Masyarakat, Promosi Penjualan Dan Promosi Online Terhadap Minat Migrasi Listrik Prabayar“, *Borobudur Communication Review*, 1.2 (2021), 87.
- Arif Fakhrudin and Dkk, *Bauran Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022).
- D S Nazara, „Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli The Effect Of Advertising On Sales Volume At Tricomsel Stores Gunungsitoli Oleh : Desman Serious Nazara Program Studi Manajemen , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Nasiona“, *EMBA*, 9.3 (2021), 1388.
- Danang Febrianto, „Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.Com Pada Pengikut Akun Twitter @Bliblidotcom“, 1.3 (2021), 209.
- Dani Adriansyah and Marheni Eka Saputri, „Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung“, *JEMI*, 3.3 (2020), 123–28.
- Darul Islam, *Strategi Komunikasi Pemasaran: Membangun Kesan Dan Keterlibatan Konsumen Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*, ed. by Qoni“ah Nur Wijayani (Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2023).
- Desra Ayu Rahmadani and Mukran Roni, „Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Lemari Es“, *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10.3 (2022), 922.
- Didik Hariyanto, *Buku Komunikasi Pemasaran*, ed. by yim Qiara Media (Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2020).
- Didin Burhanuddin Rabbani and others, *Komunikasi Pemasaran*, ed. by Marto Silalahi (Padang, Sumatera Barat: Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022).
- Dr. Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif)*, ed. by Abdau Qurani Habib (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).
- Dwi Septi Haryani, „Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang“, 8.1 (2019), 58.
- Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linear Berganda DenganSPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012)

- Eren Salsaldila Rushadiyati, „Pengaruh Promosi Penjualan Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Penerbangan Domestik Pada Pt. Attin Tour (Studi Kasus: PT. ATTIN TOUR, Jl. Gempol Raya No.2 Ceger, Cipayung Jakarta Timur)“, *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10.2 (2021), 156.
- Erick Hartawan and others, „Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce“, 8.1 (2021), 217–28.
- Feri Arif Kurniawan and Syahrul Effendi, „Pengaruh Brand Awareness , Iklan Media Sosial Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ( Studi Kasus Pada Customer Bintang Motor Jaya Buaran )“, 2020.
- Firdausa Kumala Sari, Novita Safitri, and Wahyu Anggraini, “Persepsi, Sikap Dan Minat Pariwisata Halal Di Daerah Istimewa Yogyakarta,” *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 2, no. 2 (2019): 137.
- Giyats Rif’at Afifi, „Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Masyarakat Kelas 1 Cirebon ( Pas Mart ) Politeknik Ilmu Masyarakat Abstract This Study Aims to Determine the Relationship Conditions of Sales Promotions and Purchasi“, 8.1 (2020), 9–17.
- Haque-fawzi and others, *Strategi Pemasaran: Konsep, Tori Dan Implementasi*, Ed. by Delia Anastiya Putri ( Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022).
- I Made Sudana & Rahmat Heru Setianto, *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS* (Jakarta: Erlangga, 2018).
- Jecky and Rezi Erdiansyah, „Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian“, 5.2 (2021), 307–12.
- Marissa Grace Haque-fawzi and others, *Strategi Pemasaran, Konsep , Teori Dan Implementasi*, ed. by Della Anastiya Putri (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022).
- Muhammad Nasih and others, „Influencer Dan Strategi Penjualan : Studi Netnografi Pada Pengguna Jasa Selebgram“, 4, 2020, 135–44.
- Mujahidin jabaluddin Hamud, „Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Beberapa Perusahaan Di Kota Palopo“, 03 (2021), 31–43.
- Nurdin Batjo, „Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian“, 1.2 (2018).
- Ocsa Rabella Weles, Adil Fadillah, and Pinto Jaya, „Pengaruh Periklanan Media Elektronik Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Dalam Transaksi Berulang Menggunakan Dompot Digital Dana“, *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1.2 (2021), 167 .
- Perdana Echo, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22, Pertama*. (Pangkalpinang: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016).

- Raharjo Said, “Cara Melakukan Uji Linearitas Dengan Menggunakan SPSS,” last modified 2014, <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-denganprogramspss.html?>
- Rahmilla Chairani Puspita and Sri Suryoko, „Pengaruh Iklan , Harga , Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon Pendahuluan Kerangka Teori“, 7.2001 (2019), 19–24.
- Rizqi Fakhri, „Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Lautan Rezeki Pekanbaru“, *Eko Dan Bisnis*, 11.3 (2020).
- Robi Andriansyah Harahap and Harrie Luthfie, „Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Telkom Cijawura Tahun 2020)“, *E-Proceeding of Applied Science*, 6.2 (2020), 1341.
- Rosmiati binti gati, pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk air le minerale di kabupaten enrekang, fakultas ekonomi dan bisnis tahun 2019.
- Sahid Raharjo, “Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda, 27 Maret 2019, <https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-fsimultan- dalam.html?m=1>, 25 Januari 2024.
- Sahid Raharjo, “Cara Melakukan Uji t Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS, 27 Maret 2019, <https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultandalam.html?> (tanggal diakses 25 januari 2024.
- Sari Anjani, „Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [ The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram ]“, 16.2 (2020), 203–29.
- Siddik priadana, dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Della (Tangerang Selatan, Oascal Books,2021).
- SPSS Indonesia, <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisiendeterminasi-r-square.html?m=1> (diakses tanggal 25 Januari 2024).
- Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan*, ed. by Mochamad Widjanarko Dan Iskandar Hadi, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Jagakarsa, Jakarta Selatan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila Press, 2018).
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*”, (Cet. XXVI; Bandung: Alfabeta, 2013), h. 57.
- Suria Alamsyah Putra, „Analisa Peramalan Penjualan Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan“, *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1.1 (2019), 2019.
- Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, Penerbit KBM Indonesia, Banguntapan, Bantul-Jogjakarta, 2021, Hal 13

- Venny Fraya Hartin, „Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass“, 5.2 (2023), 350–72.
- Zahara Fadila, Metode Penelitian Kuantitatif, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, Aceh 2022 Hal 80-81.
- Alwi, M., Rusdi, M., Abubakar, A., & Ilham, M. (2022). Al-Mustadh'afin: Reflection of the Qur'an on Social Inequalities. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 8(2), 327–344. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v8i2.5633>
- Economia, J. (2024). *Enhancing Zakat Management: The Role of Monitoring and Evaluation in the Amil Zakat Agency*. 20(3), 397–418.
- Mujahidin, M., Fasiha, F., Abdullah, M. R., & Praseta, M. (2022). Income of Micro, Small, And Medium Enterprises With The Presence of A Mini Market In Palopo City, Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 257–266. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v11i2.1940>
- Mujahidin, Zainuddin, Rahmadani, N., & Rusmana Putri, Q. A. (2024). Analysis of the Influence of Religiosity Values In Reducing Consumptive Behavior in Indonesian Muslim Consumers. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 8(2), 253–274. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v8i2.3785>
- Yusmat, M. A., Bakri, A. N., & ... (2023). Optimization The Role of Sharia Bank in National Economic Recovery Through Results-Based Micro-Finance. ... : *Jurnal Ekonomi Dan ...*, 8(1), 53–78. <http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika/article/view/15932>
- Yusuf, M., Betty Marlina Sihombing, H., Rachid Chenini, A., Agama Islam Negeri Palopo, I., Bandung, S., & Darma Agung, U. (2022). The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 177–192. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>