

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rofiq, dkk. 2012. *Pengaruh Penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap keputusan pembelian*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Ahmad Jaenal Awaludin dan Titiek Tjahja Andari. 2018. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Produk UMKM Berbahan Talas di Kota Bogor*. Jurnal Visionida Vol.4 No. 1.
- Al Banna, Hassan. 2019. *Muslim Customer Behavior in Halal Food Online Purchasing*, Jurnal Of Islamic Monetary Economics and Finance, Vol 5, No 3.
- Elisabeth Stevina dkk. 2015. *Pengaruh Brand Identity Terhadap Purchase Intention Melalui Trust di UD. Makin Hasil Jember*. Jurnal Manajemen Pemasaran Putra Vol. 3 No. 1.  
<https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-62-al-jumu'ah/ayat-10> diakses pada tanggal 25 Juni 2022.  
<https://tafsirweb.com/3988-surat-ar-rad-ayat-28.html> diakses pada tanggal 20 Juli 2022.
- Husein, *Metode Riset Bisnis*, hal 113.
- Irma Yanti Febriani dkk. 2019. *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung kopi Klotok Kaliurang Yogyakarta*, Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 10 No. 1.
- Kartika, dkk. 2021. *Peran Visual Merchandising dan Store Image Terhadap Peningkatan Customers Purchase Intention*. Vol XXVI. No. 02.
- Lalu Rahman Hakim, dkk. 2021. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Experiential Marketing terhadap Purchase Intention dengan Brand Equity sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 4 ,No. 3.
- Madani hatta, Baihaqi, Resti Ramahdaniati. 2017. *Perilaku Berbagai Pengetahuan Akuntansi pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu*. Jurnal Akuntansi Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol 5. No 1.
- Melisa Gunawan dan Edwin Japariato. 2016. *Pengaruh Visual Merchandising, Personal Selling dan Produk Quality terhadap Purchase Intention pada Produk Kosmetik LT Pro di Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 10, No. 2.
- Moh. Pabundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis*. 2006. (Jakarta : Bumi Aksara)
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik data dengan SPSS*. 2010. (Yogyakarta : Mediakom).

- Rafli dan Nanang. *Pengaruh Visual Merchandising, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Impuls Buying Behavior* (studi pada konsumen miniso kota Malang).
- Santi Rimadias dan Lia Kaheru Pratiwi, *Planned Behavior Pada E-Recruitment Sebagai Penggerak Intention To Apply For Work (Kasus Fresh Graduate Pada Universitas Swasta Di Jakarta)*, Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017 “Perkembangan Konsep dan Riset E-Business di Indonesia.
- Sigit Hermawan dan Amirullah. 2016. *Metode Penelitian bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. (Malang : Media Nusa Creative).
- Siregar, Syofian. *Statistik Purametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. 2014. (Jakarta : Bumi Aksara).
- Sopiyah, Pipih. 2019. *Pengaruh strategi harga dan Visual Merchandising terhadap Keputusan Pembelian online*, Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 3 (2).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung : Alfabeta).
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. (Bandung : Alfabeta).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2011. (Bandung : Alfabeta).
- Sutrisno Hadi. 2000. *Metodologi research jilid 1*, (Yogyakarta : Andi offset).
- Yuswar Zainul Basri dan Fitri Kurniawati. 2019. *Effect Of Religiosity and Halal awareness on Purchase Intention Moderated by Halal Certification*. *Internasional Conference on Economics, Management, and accounting*, vol 2019, No. 31.

