

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, Nonie dan Detry Agustina. *“Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu”*, Journal of Islamic Economics and Finance Studies, Volume 1, No. 2 (December, 2020).
- Abdul Rahayu, Agus Supandi Soegoto, Djuwarti Soepono, *“Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT Wahana Wirawan Manado”*, Jurnal EMBA Vol. 6 No. 4 September 2018.
- Aisyah, *“Inovasi Dalam Perspektif Hadis,”* Jurnal Tahdis 8, no. 1 (2017): 91-92.
- Aisyah, Nurul, Haris Hermawan, Ahmad Izzudin. *“Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim”*, Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 1, 2022.
- Al Rasyid, Harun dan Agus Tri Indah, *“Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan”*, Perspektif Vol. XVI No. 1 Maret 2018.
- Aliyah, Shuffiyatin dan Sri Abidah Suryaningsih. *Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik.* Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam. Vol 4. No. 3. 2021.
- Arnova Witiar Nidah, M. Iqbal Fasha, Suharto, *“Pengaruh Islamic Branding Dalam Pemasaran Produk Kepada Konsumen Muslim”*, Tirtayasa EKONOMIKA, Vol. 17, No. 1, April 2022.
- Ashari, Azizah Ayu dan Tri Sudarwanto, *“Pengaruh Teman Sebaya Dan Media Social Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream”* Jurnal Sinar Manajemen, Vol. 09, Nomor 02, Juli 2022.
- Br Napitupulu, Laura amelya. *Pengaruh komitmen organisasional, motivasi dan kompetensi terhadap kinerja manajerial*

- pada rumah sakit swasta di kota pekanbaru. JOM Fekon*. Vol. 4.No. 1 2017.
- Cahyani, Utari Evy. “Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami”. Vol.2. No. 1. (2016).
- Cahyo, Roberto Junianto dan Dhyah Harjanti, “Analisa Inovasi Produk Pada Sektor Usaha Formal Dan Informal Di Jawa Timur”, AGORA Vol. 1, No. 3, (2013).
- Chendradewi, Ranny dan Imroatul Khasanah. “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud”, Diponegoro Journal of Management 5, no. 4, (2016).
- Debry Ch. A. Lintong, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Online Pada Usaha Kecil dan Menengah di Manado”, Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi 5, no. 3 (2018).
- Dessyana, Cindy Juwita. “Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart Ii Manado”, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3 Juni 2013.
- Evelyna, Feby. “Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial.” Jurnal Bisnis, Manajemen. Dan Akuntansi VIII, no. 1 (2021).
- Faiza, Hanif dan Masreviastuti, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah”, JAB (Jurnal Aplikasi Bisnis) 4, No.2, (Desember, 2018).
- Fitriya, Elok. “Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk”, JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia), Vol. 2, No. 1, April 2017.
- Faizin, Muhammad, “Hubungan Antara Pergaulan Teman Sebaya Dengan Motivasi Belajar Mata Pelajaran Sejarah Kebudayaan Islam Siswa Kelas Vii Madrasah Tsanawiyah (Mts) Negeri 2 Kabupaten Cirebon”. *Al-Tarbawi Al-Haditsah: Jurnal Pendidikan Islam* Vol. 3, No. 1, Juni 2018.

- Gina Khairunnisa, Zakiyah Zahara, “*Pengaruh Islamic Branding Dan Perilaku Religius Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bsm Palu*”, Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako, Vol. 7, No 3, Juli 2021.
- Harry Miauw, Kevin Yonathan. “*Motivasi Konsumen Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Wild*”, PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 1, No 5, Desember 2016.
- Hartini, Sri.” *Peran Inovasi Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis*”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 14, No, 1 (2012).
- Hasnunidah, Neni. *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta Media Akademi, 2017).
- Henny Utarsih, Landa Rezana, Indri Anjani. “*Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebuoy Di Bandung*.”Jurnal Indonesia Membangun.Vol. 19.No. 2. 2020.
- Jasmadi dan Aulia Azzama.“*Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Banda Aceh*” Jurnal Psikoislamedia Volume 1, Nomor 2, Oktober 2016.
- Kotler, Philip dan Armstrong. “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2018).
- Kotler, Philip dan Nancy Lee, *Pemasaran di Sektor Publik*, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007).
- Kusumastuti, Dam. “*Minat Beli Produk Halal Di Indonesia Stu Pemetaan Sistematis*”, MABSY42, no. 2 (2020).
- Lestari, Jihan Suci, Umi Farida and Siti Chamidah, “*pengaruh kepemimpinan, kedisiplinan, dan lingkungan kerja terhadap prestasi krja guru,* ”ASSET Jurnal Manajemen dan Bisnis 1, No. 1 (2019).
- Ma’had Tahfidh Yanbu’ul Qur’an, Bi Rosm Utsmani Dan Terjemahannya, Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2014.
- Maghvirah, Nurul dan Suci Rahma Nio, “*Kontribusi Konformitas kelompok Teman Sebaya Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu Pada Remaja*”, Jurnal Riset Psikologi, Vol 2019, No 3 (2019).
- Maghvirah, Nurul dan Suci Rahma Nio, “*Kontribusi Konformitas kelompok Teman Sebaya Terhadap Keputusan Pembelian*

- Geprek Benu Pada Remaja*”, Jurnal Riset Psikologi, Vol 2019, No 3 (2019).
- Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011).
- Mahyarni, *“Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)”*, Jurnal EL-RIYASAH 4, no. 1 (2013).
- Masrukin. “Metode Penelitian Kuantitatif”. (Kudus: *Media Ilmu Press*, 2015).
- Masrukin. “Metode Penelitian Kuantitatif”. (Kudus: *Media Ilmu Press*, 2015).
- Mustaqim, Muhamad dan ahmad bahrudin. *“Spirit Gusjigang Kudus Dan Tantangan Globalisasi Ekonomi”*, Jurnal Penelitian, Vol. 9, No. 1, Februari 2015.
- Nasehudin, Toto Syatori dan Nanang Gozali. “Metode Penelitian Kuantitatif”. (Bandung: *Pustaka Setia*, 2012).
- Nasrullah, Muhammad. *“Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk”*, Jurnal Hukum Islam (JHI), Volume 13, Nomor 2, Desember 2015.
- Nidah, Arnova Witiar, M Iqbal Fasha, Suharto. *“Pengaruh Islamic Branding Dalam Pemasaran Produk Kepada Konsumen Muslim”*, Tirtayasa EKONOMIKA, Vol. 17, No. 1, April 2022.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *“Perilaku Konsumen”*, (Kudus: NoraMedia Enterprise, 2010).
- Noviani, Lona. *“Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok”Liar””*, JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JUMANIS) PRODI KEWIRAUSAHAAN, VOL:02 NO: 01 . AGUSTUS 2020.
- Pamungkas, Nurul Luthfiani, Ibdalsyah, Retno Triwoelandari. *“Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah”*, Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis, Vol. 4 No 1 (2021).
- Pradana, Dhedy, Syarifah Hidayah, Rahmawati. *“Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor”*, KINERJA Volume 14 (1) 2017.

- Pratisitia Walukow, Agnes ligia. "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa*", Jurnal EMBA, Vol. 2 No.3 September 2014.
- Pril Ranto, Dwi Wahyu. "*Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen*", JMBA, Vol. 1, No, 2, (2013).
- Pril Ranto, Dwi Wahyu. "*Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen*", JMBA, Vol. 1, No, 2, (2013).
- Priyatno, Dwi. *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009).
- Pura P, Panca dan Ni Made Wulandari Kusumadewi, "*Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimensi Oleh Kepuasan Konsumen*", E-Jurnal Manajemen 8, no. 8 (2019).
- Puspa Wulandari, Elvina Endah, "*Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Café Di Kota Bengkulu*", Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains. Vol. 2 No.1. Januari 2021.
- Q Amrillah, A Brawijaya, "*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Affect Of Product Attributes On Purchase Decision Of Cosmetics*". Jurnal Syarikah P-ISSN2442-4420 e-ISSN 2528-6935 Volume 2 Nomor 2, Desember 2016.
- Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, dan Anggaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015).
- Ridwan, Firdha Fadhilah dan Nurdin, "*Pengaruh Islamic Branding dan Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk (Studi Kasus Minimarket Syariah Kitamart Cibatu Bandung)*", Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI) 4, No. 1 (2020).
- Salim, Kenny Febrina dan Catherin. "*Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis*". 325
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. "*Perilaku Konsumem Pendekatan Praktis*", (Yogyakarta: Andi, 2013).
- Sari, Indah Astika, Hamiyati, Rasha. "*Pengaruh Fungsi Peer Group Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian*

(Pencarian Informasi) Produk Kosmetik Pada Remaja Putri", Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan [JKKP] Vol.06 No.01

- Setiawan, Lia Indra dan Dr. H. Asyhari. "Pengaruh Islamic Product Quality, dan Islamic Promotion terhadap keputusan pembelian dengan experiential marketing sebagai variabel intervening (studi kasus di Toko Oleh-oleh Jenang Mubarak Kabupaten Kudus)". (2020).
- Sinurat, Elinawati Susi Mentari, Bode Lumanauw, Ferdy Roring. "Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga", Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung, alfabeta, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung, alfabeta, 2011.
- Sugiyono. "Statistik untuk Penelitian". (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistika dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009).
- Syahrum dan salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung, Citapustaka media, 2014.
- Sari, Indah Atika Sari, "Pengaruh fungsi Peer group terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Pencarian Informasi) Produk Kosmetik Pada remajaputri". Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan [JKKP] Vol.06 No.01.
- Tjang, Andri Setiawan dan Dhyah Harjanti, "Hubungan Faktor Individual Enterpreneur Pada Inovasi Produk Pada Usaha Mikro dan Kecil di Jawa Timur" jurnal. AGORA Vol. 1, No. 3,(2013).
- Tjiptono dan Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008).
- Tjiptono, fandy. "Strategi Pemasaran Edisi 4", (Yogyakarta, CV Andi, 2019).
- Topri Dwi Wacono. Ambar Lukitaningsih, dan Bernadetta Diansepti Maharani "Pengaruh E-WoM, Peer Group dan Gaya Hidup Hedonis pada Keputusan Pembelian Filosofi Kopi Jogja" Jurnal Bingkai Ekonomi, Vol. 6, No. 1, 2021.

Utomo, Ichsan Widi. “*Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di Bsi Pemuda)*”, Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 1, Maret 2017.

Yahrum dan salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung, Citapustaka media, 2014.

