

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Julita et al. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing Dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 2 (2022): 308–27. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v43i2.644>.
- Agustina, Nur Aulia, Seno Sumowo, and Bayu Wijayanti. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Penelitian Ipteks* Vol.3 No.2, no. 2 (2018): 186–96.
- Al-Qur’an, Lajnah Pentashihan mushaf. “Qur’an Kemenag.” <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/26?from=181&to=183>.
- Alma, H. Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Amina, Dian Ajeng Syarifa Al Kaunaini dan Siti. “The Influence Of Brand Image And Product Quality On Purchase Decisions For Indomilk In Sidoarjo (Study On Indomilk Consumers In Waru District, Sidoarjo Regency) Kabupaten Sidoarjo.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 4 (2022): 2549–57. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Ayu Pratiwi dan Eti Arini. “Pengaruh Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis* 2, no. 1 (2021): 23–32.
- Blackwell, James F. Engel dan Roger D. *Perilaku Konsumen*. 1st ed. Jakarta Barat: Binarupa Aksara, 1994.
- Brand, Admin Top. “Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand?” [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), 2022. <https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. *Pemasaran*. 1st ed. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Chusumastuti, Shafa Giyan A’yuni dan Dhety. “Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat The Effect of User Interface of Shopee Application to People ’ s Buying Interest.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Komunikasi Dan Informasi* 5, no. 1 (2024): 49–58.
- Dewi, Sarita Permata. “Pengaruh Pengendalian Internal Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Spbu Yogyakarta.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 1, no. 9 (2017): 1689–99. <file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>.

- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, MM. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek*. Bandung: CV. Penerbut Qiara Media, 2019.
- Eka Dewi Setia Tarigan SE, M.Si Eka Putra. “Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2017): 57–67.
- Emeria, Damiana Cut. “Alert! Indonesia Bisa Terancam ‘Kiamat’ Susu.” [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com), 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220727093312-4-358905/alert-indonesia-bisa-terancam-kiamat-susu>.
- Engel, James F. *Perilaku Konsumen*. 1st ed. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Eviani, Intan, and Yusup Rachmat Hidayat. “Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi).” *Jurnal Manajemen Logistik* 1, no. 1 (2021): 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>.
- Fajrianthi, and Zatul Farrah. “Strategi Perluasan Merek Dan Loyalitas Konsumen.” *Insan* 7, no. 3 (2005): 276–88.
- Ferdiana Fasha, Anisha, Muhammad Rezqi Robi, and Shindy Windasari. “Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>.
- G, Yanti aryani dan Dudih Gustian. “Sistem Informasi Penjualan Barang Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan.” *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)* 2, no. 2 (2020): 39–51. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v2i2.47>.
- Gunarsih, Cindy Magdalena, J.A.F. Kalangi, and Lucky F Tamengkel. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.” *Productivity* 2, no. 1 (2021): 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>.
- Halawa, Debora Angelina, and Luh Komang Candra Dewi. “PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CAIR DALAM KEMASAN SIAP MINUM MEREK ULTRA MILK DI KABUPATEN BADUNG (Studi Pada Konsumen Ultra Milk Di Kabupaten Badung – Bali).” *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 1 (2019): 1. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i1.19424>.

- Hendrawan, Josia Sanchaya, and Hani Sirine. "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha." *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 02, no. 03 (2017): 291–314. <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>.
- Hidayat, zubaidah hanum & sahral. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan." *Jurnal Bisnis Administrasi* 06 (2017): 37–43.
- Imam Heryanto. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 9, no. 2 (2015): 80–101. <https://doi.org/2443-2121>Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <http://doi.org/2443-2121>.
- Isa Mulyadi, Alfi, and Saifuddin Zuhri. "Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi 'MOENG KOPI' Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (2020): 109–24. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.109-124>.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. "KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS." *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.
- Javanlabs. "Surat Al-Baqarah Ayat 168." TafsirQ.com, n.d. <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-168>.
- . "Surat Al-Hujurat Ayat 6." TafsirQ.com, n.d. <https://tafsirq.com/49-al-hujurat/ayat-6>.
- Jogiyanto. *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM, 2005.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Kemenag.go.id, 2022. <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/80?from=24&to=24>.
- . "Qur'an Kemenag." Kemenag.go.id, 2022. <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=28&to=29>.
- . "Qur'an Kemenag." Kemenag.go.id, 2022. <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=58&to=58>.
- Khaihatsu, Dr. Thomas S. *Manajemen Pengemasan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, Dan Kegunaan*. Edisi Kede. Jakarta: Salemba Empat,

1995.

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedu. Jakarta: PT. Indeks, 2008.
- Kurnia, Lilis Kayawati dan Esa. “Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah.” *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 3 (2021): 46.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: CV. Alfabeta, 2014.
- Kurniawan, Henricus Adi, and Farida Indriani. “Pengaruh Product Knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk, Dan Perceived Value Terhadap Purchased Intention Pada Motor Kawasaki Ninja 250 FI Di Kota Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 7, no. 4 (2018): 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Limoputro, Kevin Renata, and Gamaliel Waney. “Pengaruh Product Knowledge Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ngohiong Merek M&B.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2, no. 6 (2018).
- Maidiana. “Penelitian Survey.” *ALACRITY: Journal of Education* 1, no. 2 (2021): 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>.
- Malian, Sobirin. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (anggota IKAPI), 2005.
- Malinda, Reka. “Strategi Membangun Brand Image Pada Produk Handphone Oppo.” *Jurnal AKTUAL* 16, no. 2 (2018): 71. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i2.21>.
- Malonda Deisy, Joyce Lopian dan Yunita Mandagie. “Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai À Gerai Seluler Di It Center Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 4 (2018): 2288–97.
- Manuarang, R.N dan Mawardi. “Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 55, no. 3 (2018).
- Mardiatmoko, Gun. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Mukhtar, Sukrianti, and Muhammad Nurif. “Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen.” *Jurnal Sosial Humaniora* 8, no. 2 (2015): 181. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>.
- Mumek, Lestari Indah. “Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Loco Gold Di PT Equity

- Futures.” *Journal Productivity* 3, no. 4 (2022): 291–96.
- Musay, Fransisca Paramitasari. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ekonomi*, 2013.
- Muzakkir, S. “IMPELEMENTASI ASAS TARÂDIN DALAM BISNIS ONLINE (TELAAH SURAT AN-NISA AYAT 29).” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah* 1, no. 2 (2016): 10–23.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, Anna Yulianita. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*. Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2018.
- Nurrohmah, Arfatin. *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Olson, J. Paul Peter and Jerry C. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2014.
- Rena Maisari. “Pengaruh Brand Image, Brand Personality Terhadap Word Of Mouth Serta Dampaknya Pada Minat Beli Pada Konsumen Kopi Good Day Di Kecamatan Kebumen.” *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen* 13, no. 07 (2021): 1–8. [http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/254/%0Ahttp://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/254/1/Jurnal Rena Maisari %28155502148%29.pdf](http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/254/%0Ahttp://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/254/1/Jurnal_Rena_Maisari_%28155502148%29.pdf).
- Ridwan, Muhammad. “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan).” *Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2018, 1–202.
- Rini, Ayu Stia. “PENGARUH BRAND TRUST , CUSTOMER SATISFACTION , DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP BRAND LOYALTY Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia.” *E-Journal Manajemen Universitas Udayana* 3, no. 3 (2014): 510–29.
- Sanita, Santi, Aini Kusniawati, and Marlina Nurlestari. “Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention.” *Bussines Manajemen and Entrepreneurship Journal* 1, no. 3 (2019): 169–84.

- Santoso, Imam, Windu Gata, and Atik Budi Paryanti. "Penggunaan Feature Selection Di Algoritma Support Vector Machine Untuk Sentimen Analisis Komisi Pemilihan Umum." *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)* 3, no. 3 (2019): 364–70. <https://doi.org/10.29207/resti.v3i3.1084>.
- Saputri, Andre Febrian Putra dan Marheni Eka. "PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CAIR UHT ULTRA MILK." *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 6254–64.
- Siaran Pers. "Kemenperin: Industri Makanan Dan Minuman Tumbuh 3,57% Di Kuartal III-2022." [Kemenprin.go.id](https://kemenperin.go.id), 2022. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>.
- Soelaiman, Darwis A. *Filsafat Ilmu Pengetahuan Pespektif Barat Dan Islam*. Banda Aceh: Bandar Publishing, 2019.
- Sophiah, Etta Mamang Sangadji dan. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2004.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (anggota IKAPI), 2005.
- Suparwi, Syarifatul Fitriyani. "Pengaruh Product Knowledge , Brand Image , Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 253–72.
- Suprpto, Rifqi, and Zaky Wahyuddin Azizi. "Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-Irt Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Umkm Kerupuk Ikan." *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)* 3, no. 2 (2020): 125–33. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i2.1984>.
- Syamsuar, Intan Ayu Cahyani dan Ginanjar. "The Effect of Promotion Strategy, Brand Image and Price Perception on Buying Interest With Customer Satisfaction as Good Day Product Intervening," 2020, 1–25.
- Syarfaini, Irviani A. Ibrahim, and Yuliana. "Hubungan Pola Makan Dan Aktivitas Fisik Terhadap Kadar Kolestrol Pada Aparatur Sipil Negara." *Jurnal Kesehatan* 13, no. 1 (2020): 53–60. <https://doi.org/10.24252/kesehatan.v13i1.14156>.
- Sylvester Simanjuntak, Daniel, Kristanty Nadapdap, and Info Artikel. "Pengaruh Persepsi Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan." *Universitas Methodist Indonesia Jalan Hang Tuah* 3, no. 2 (2017): 6–13.

- <http://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/8/8>.
- Thabrani, Abdul Mukti. "ESENSI TA'ABBUD DALAM KONSUMSI PANGAN (Telaah Kontemplatif Atas Makna Halâl-Thayyib)." *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial* 8, no. 1 (2014): 55. <https://doi.org/10.19105/ihkam.v8i1.340>.
- Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Verianty, Woro Anjar. "Profil PT Indolakto, Perusahaan Top 3 Industri Susu Di Indonesia." *Liputan6.com*, 2022. <https://www.liputan6.com/hot/read/5154749/profil-pt-indolakto-perusahaan-top-3-industri-susu-di-indonesia>.
- Waluyo, Eko Adi. "Strategi Indomilk Garap Pasar Susu UHT Anak." *www.marketeers.com*, 2017. <https://www.marketeers.com/strategi-indomilk-garap-pasar-susu-uht-anak/>.
- Wardani, Dian Kusuma. *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif Dan Asosiatif)*. LPPM Universitas KH.A Wahab Hasbullah, 2020.
- Wijaya, Tony. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Winata, Daniel Zefanya. "Pengaruh Product Knowledge Dan Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Di Cafe Starbucks The Square Surabaya." *Universitas Kristen Petra* 7, no. 2 (2019): 7–15.
- Wismiarsi, Nanda Resmi dan Tri. "Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik." *Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 13, no. 1 (2015): 1–20. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs/article/view/3335/0>.
- Yuliasuti, Luh Mega, and Gede Putu Agus Jana Susila. "Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace Lazada Di Kabupaten Buleleng." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 13, no. 1 (2021): 22. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32639>.
- Yunianto, Tri Kurnia. "Gaya Hidup Sehat Jadi Tren, Permintaan Susu Bakal Meningkatkan Pada 2022." *Marketeers*, 2021. <https://www.marketeers.com/gaya-hidup-sehat-jadi-tren-permintaan-susu-bakal-meningkat-pada-2022/>.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Yusran, Asep Hermawan dan Husna Leila. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: KENCANA, 2017.