

DAFTAR PUSATAKA

- Aisyah, Nurul, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin. "Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim." Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik 9, no. 1 (2022): 1–9. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.259>.
- Alkahfi, Muhammad Andre, Putri Ayuni, Fitri Rorizki, Maryam Batubara, and Purnama Ramadani Silalahi. "Strategi Promosi Digital Online Shop Aisar.Scarf Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Hijab." El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 3, no. 3 (2022): 467–83. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i3.930>.
- Aprilia Dian Evasari. "Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk," N.D., 22–49.
- Arifin, Mohammad Jauharul. "Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen." Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah) 08, no. 1 (2021): 67–83.
- Baker Ahmad Alserhan. On Islamic Branding Brands As Good Deeds, 2010.
- Basu Swastha T Hani Handoko. Manajemen Pemasaran. Jakarta: penerbit Liberty, 2002.
- Basu Swatha. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Darmawan, Deni. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013. Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan." Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6, no. 3 (2020): 428. <https://doi.org/10.29040/jjiei.v6i3.1146>.
- Ferhat, Kholil, and Deden Hidayatullah. "Pengaruh Perilaku Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Klamby." E-Proceeding of Management 6, no. 2 (2019): 18–44.
- Fiksi Maiza; Agus Sutardjo; Rizka Hadya. "PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO NAZURAH HIJAB DI KUBANG TUNGKEK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA." Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti 33, no. 1 (2022): 1–12.
- Gunawan, Ce. Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah

- Data Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- Handayani, Nurul, Nur Anim Jauhariyah, and Ana Aniati. "Menakar Kontribusi Islamic Branding, Personal Salling, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pashmina." *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 2, no. 2 (2021): 46–59.
- Hardani, Jumari Ustiawaty, and Helmina Andriani. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- hidayat fahrul, Dkk. "Pengaruh Gaya Hidup Digital, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Intesitas Belanja Online Pada Aplikasi Tiktok Shop," 2023, 31–41.
- Ilham, Muhammad, and Firdaus Firdaus. "Islamic Branding Dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang." *Perada* 3, no. 1 (2020): 29–48. <https://doi.org/10.35961/perada.v3i1.56>.
- Immawati, Siti Asiah, Agung Budi, and Eka Lianis Tati. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Yang Diproduksi Pt. Hijab Alila." *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 1, no. 1 (2019): 117–36.
- Investama, P T Bentoel, T B K Wilayah, and Pemasaran Depok. "Penjualan Produk Rokok Lucky Strike Mild" 4, no. November (2019).
- Isnaini, Nur. "Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 3 (2022): 127–44. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>.
- J. R. Raco. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- J., Moloeng Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosda Karya, 2010.
- Kementrian Agama. "Qur'an Kemenag." *Lajnah Pentasihan Mushaf Al Qur'an*, 2020.
- Khadijah, S, and O Wulandari. "Islamic Branding Restoran Korea Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Makna* 6, no. 1 (2020): 58–66.
- Kolter, Philip Dan Armstrong, Gray. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, and Aufarul Marom. "Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Pada

- Generasi Millennial Di Kabupaten Kudus.” *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 289. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>.
- Manzilati, Asti. *Metode Penelitian Kualitatif Pradigma, Metode, Dan Aplikasi*. Malang: UB pres, 2017.
- Maulla, N, S Ikhwan, and G Fitralisma. “Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Hijab Pada Alifah Griya Muslimah.” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 5077–86.
- Mohd Yusof, Y. L, and Wan Jusoh. *Islamic Branding The Understanding and Perception*, 2014.
- Muhammad Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Naela. Wawancara. Edited by oleh penulis. Demak, 6 September, 2023.
- Nur Aziz, and Ignatius Joko Dewanto. “Model Penilaian Kinerja Karyawan Dengan Personal Balanced Scorecard.” *MAMEN: Jurnal Manajemen* 1, no. 2 (2022): 168–77. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i2.218>.
- Nurul. Wawancara. Edited by Oleh Penulis. Demak, 6 September, 2023.
- Oktaviani, Lulud, Suaidah, Ahmad Ari Aldino, and Yuni Tri Lestari. “Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning.” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2022, 379–85.
- Pemasaran, Strategi, Digital Untuk, Meningkatkan Penjualan, El Nuby, Arabic Shop, Nurhaeni Sikki, Yuyun Yuniarsih, and Anggie Sundari. “Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop.” *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta* 1, no. 1 (2021): 360–71.
- Putra, G., Z. Arifin, and S. Sunarti. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus).” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 48, no. 1 (2017): 124–31. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1878>.
- Rachmawati, Anita, Any Agus Kana, and Yunita Anggarini. “Pengaruh

- Harga , Kualitas Produk , Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab Di Nadiraa Hijab Yogyakarta.” *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN* 1, no. 2 (2020): 187–200.
- Raco. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- Rahmadani, Novianti Putri, Muhammad Nasrullah, and Ahmad Sukron. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Hijab (Studi Kasus : Toko Hijab Aini Modiste Tirto).” *Jurnal Sahmiyya* 1, no. 1 (2022): 89–96.
- Rifyal Dahlawy Chalil. “Brand, Islamic Branding, & Re-Branding - Rajawali Pers - Rifyal Dahlawy Chalil - Google Books,” 2021.
- Rizan, Jessica. “Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan , Orientasi Pasar Dan Orientasi Penjualan Terhadap Kinerja Usaha UMKM” II, no. 4 (2020): 961–68.
- Roi. Wawancara. Edited by oleh penulis. Demak, 13 september, 2023.
- Rosa Indah, Dewi, Iza Afalia, and Zenitha Maulida. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Samudra).” *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2020): 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>.
- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Sasangka, Indra, and Rahmat Rusmayadi. “The Effect of Service Quality on Sales Volume at Mini Market Minamart’90 Bandung.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 2, no. 1 (2018): 129–54.
- Savira, Farah, Endang M. Sasmita, and Bida Sari. “Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen Produk Celana Jeans Levi’s Di Factory Outlet Mall Of Indonesia.” *Ikraith-Ekonomika* 6, no. 1 (2022): 108–17. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2473>.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Urip Santoso. *Kiat Menyusun Proposal Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Werang, Basulius Redan. *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.

- Werang, Basulius Redan. Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Zainal, Veithzal Rivai. Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah Saw. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.
- Zig Ziglar. See You At The Top. Amerika Serikat: Pelican Publishing, 2008.

