

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Yatimin. *Pengantar Studi Etika*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.(2006)
- Amalia, Fitri. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok. *Seminar Competitive Advantage II prosiding Ekonomi* 1 no 2 (2012)
- Angkie, Noviani Sari. dan Sherly Roalina Tanoto. Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Brand Equity* pada *Brand Fashion* Zara, H&M, Pull&Bear dan Stradivarius di Surabaya. *Agora* 7, no. 1 (2019)
- Aryanti, Luh Wulan Krisna. I Gusti Ayu Imbayani. Dan Pande Ketut Ribek. Pengaruh *Brand Equity, Social Media Marketing* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Wine Pada Pt. Hatten Bali. *Jurnal Emas* 2 no 1 (2021)
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.(2013)
- Bate'e, Meria Magdalena. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 2 no 2 (2019)
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., & Schafer, Kim & Ko. *Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation? Management Research Review*, 35(9), 770–790. 2012
- Cahyono, Anang Sugeng. Pengaruh Media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia .
- Chan, Arianis. Pengaruh Ekuitas merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis* 6 no 1 (2010)
- Christie, P. Ayfeelita. Skripsi Pengaruh Brand Equity Black Canyon Coffe Sutos dan Hubungannya terhadap Minat Beli Ulang. (2012)
- Dahmiri, Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Equity* terhadap Minat Beli. *Kinerja* 17, no.2(2020)
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.(2019)
- Durianto, S., & Sitinjak, T. *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2004
- Durianto, D. “*Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan xx*”. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama. 2011
- Fauroni, Drs. Muhammad R. Lukman M.Ag. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis*, Salemba Diniyah.(2002)

- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana. (2013).
- Filsafat, Louis O Kattsoff Vengantar. *Sebuah Buku Pengantar untuk Mengenal Filsafat, judul asli Element, alih bahasa Soejono Soemargono*. Yogyakarta; HaraWacana Yogya (1996)
- Ghafur, Abd. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4 no1 (2018)
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2011)
- Hartini, Sri. Perilaku Pembelian Smartphone: Analisis *Brand Equity* Dan *Brand Attachment*”, *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 3 no 1 (2012)
- Hartini, Sri. Perilaku Pembelian Smartphone: Analisis *Brand Equity* dan *Brand Attachment*. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 3 no. 1 (2012)
- Hasan, Ali. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Pressdindo. (2018).
- Humairah, Jihan Fahirah. dan Intisari Haryanti. Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Yuikaa Shop Bima. *Ekivalensi* 7 no. 2 (2021)
- Indriyani, Ratih. dan Atita Suri. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Motivasi Konsumen pada Produk *Fast Fashion*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020)
- Irawan, Moh. Dendy. Pengaruh Kualitas Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui *Mobile Banking* Mandiri Syariah Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah di Area Surabaya Kota. Tugas Akhir. Universitas Airlangga Surabaya. (2020).
- Iriani, Nur Ida. Pengaruh Dimensi *Brand Equity* (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang. *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen* 9 no. 2 (2011)
- Jashari, F. & Rustemi, V. “*The Impact of Sosial Media on Consumer Behavior*”. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Tecnologi*, 7 (1), 1-14. 2017
- Jusmaliani. dkk. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara. (2008)
- Kemenag RI. Data Umat Berdasarkan Jumlah Pemeluk Agama. <https://data.kemenag.go.id/statistik/agama>
- Kim, A. J., & Ko, E. *Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand*. *Journal of Business Research*, 65, 1480–1486.. (2012)
- Kompas. *Perjalanan Uniqlo untuk jadi perusahaan berskala dunia*. Kompas.com. Retrieved from: <https://biz.kompas.com/read/2017/03/28/170702828/perjalanan.uniqlo.untuk.jadi.perusahaan.berskala.dunia>. (2018)

- Kurnia, Listiana Pengaruh Kesadaran Fashion Muslim dan Faktorfaktornya terhadap Konsumsi Fashion Muslim di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen: Ebismen* 1 no. 2 (2022)
- Kusuma. dan Putri,. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity. *JIM UPB* 7, no. 1 (2019)
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. *Social media: The new hybrid element of the promotion mix. Business Horizons*, 52, 357–365. 2009
- Manuntung,Alfeus.Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi. Malang: Wineka Media (2018)
- Mega, A. “Perkembangan Trend Fashion di Indonesia. Gaya Hidup. <http://www.kompasiana.com>” (2017)
- Nawatmi,Sri.Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, (Fokus Ekonomi (FE), 2010,Hal 50 –58 Vol. 9, No.1, ISSN: 1412-3851, Unisversitas Stikubank, Semarang)
- Nazaruddin, A. dan M. Fikri Ridha Putra. Analisa Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Semen PT. Semen Baturaja Pada Masyarakat Palembang. *Jurnal manajemen dan bisnis sriwijaya* 11 no. 2 (2013)
- Purnomo,Rochmat Aldy.*Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group.(2016)
- Puspitarini, Dinda Sekar. dan Reni Nuraeni. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common* 3 no 1 (2019)
- Putri,Citra Sugianto. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start – Up Bisnis* 1 no. 5 (2016)
- R. Sims, *Ethics and Corporate Social Responsibility*. Why Giants Fall, C.T.:Greenwood Press. (2003)
- Riyanto, Slamet. dan Aglis Andhita Hatmawan.*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish. (2020)
- Rostami,Ali et al., The Impact of E-Service Quality on the Improvement of the Level of Communication with Customers of Bank Melli Branches in South Tehran Affairs Office.*Procedia Economics and Finance* 36, No. 16 (2016): 448–55, [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30063-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30063-6).
- Saifullah,Muhammad Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah.Wallsongo 19 no 1 (2011)
- Sanjaya,Edwin. Pengaruh Brand Equity Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Preference Pada Produk PT. Sunlife Financial Di Surabaya.*Jurna Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA* 1 no 5 (2012)

- Saputra,Wahyu. Optimalisasi Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Brand Equity Dan Brand Image Bank Syariah Di Indonesia.*Industrial Research Workshop and National Seminar 9* (2018)
- Sarwono,Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.(2006)
- Sasnita,Afriyani. dkk. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 1 no.2 (2019)
- Setiadi,Ahmad. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* 16 no 2 (2016)
- Setiyowati,Rini. Skripsi Menilai Ketertarikan konsumen Melalui Harga, Testimonial, dan Word Of Mouth (WOM) pada Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Kabupaten Lumajang.
- Soebianto,Albert. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Bandung.*Ejournal Graduate Unpar* 1 no 1 (2014)
- Sudha & Sheena. “*Impact Of Influence In Consumer Decision process: The Fasion Indusrty*”, *Jurnal Managemen* Juli-September (2017)
- Suharyono. Perilaku Konsumen Dalam perspektif Ekonomi Islam.*AL-Intaj* 4 no 2 (2018)
- Tim LPM IAIN Kudus. Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi). Kudus: IAIN Kudus.(2019)
- Watie,Errika Dwi Setya. Komunikasi Dan Media Sosial (*Dommunications And Social Media*). *The Messenger* 3, no. 1 (2011)
- Wulandari,Fitri.*Middle Range Theory dalam Ilmu Manajemen SDM*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.(2021)
- Yadav, R., & Pathak, G.S. *Young Consumers Intention Towards Buying Green Products in a Developing Nation : Extending The Theory Of Planed Behavior. Accepted Manuscript*. 2016
- Yuliardi, Ricky. dan Zuli Nuraeni.*Statistik Penelitian*.Yogyakarta: Innosain.(2017)