

DAFTAR PUSTAKA

- “Hijarah Bersama Pasta Gigi Halal, Jakarta 30 Oktober 2021, <http://www.kino.co.id>
- “Ketua MPR Sebut 2050 Islam Jadi Agama Terbesar, Indonesia Punya Pengaruh.” Detiknews Online. Jakarta, 14 September 2021. <http://news.detik.com>
- “Mengenal Siwak Dan Manfaatnya Bagi Kesehatan Gigi Dan Mulut,” Jakarta 30 Oktober 2021, <http://alodokter.com>
- Abidin, Zainal., Nuddin Harahap, dan Lina Asmarawati. *Pemasaran Hasil Peternakan*. Malang: UB Press, 2017.
- Agung, Anak Agung Putu dan Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitati Cetakan Pertama*, (Bali, CV. Noah Aletheia, 2019.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Alquran. *Alquran dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 1986.
- Amrullah, Ahmad Khozi. *Analisis Pengaruh Islamic branding Dan Biaya Pendidikan Terhadap Pilihan Mahasiswa Masuk Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2015-2017*. El-Qist UIN Sunan Ampel, 2019.
- Anaroga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Anshori, Muchlish dan Sri Iswai. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Anwar, Ali. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Aplikasinya Dengan SPSS Dan Excel*. Kediri: IAIT Press, 2009.
- Bahri, Syabbul. “Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Episteme* 8 No. 1 (2013).
- Baskara, Yoga. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Volkswagen Golf (Studi Kasus Komunitas Novolks Jakarta).” *E-Proceeding Of Management* 4 No. 2 (2017).
- Brahim, Muh Nur Eli. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Chalil, Rifyal Dahlawy., Juli Dwina Puspita Sari, Zikriatul Ulya, dan Abdul Hamid. *BranBranding & Re-Branding Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global*. Depok: Rajawali Pers, 2020.
- Dede Suryadi, “Sasha Menyeruak di Tengah Dominasi Raksasa Pasta Gigi,” Jakarta, 14 September 2021. www.dedesuryadi.com

- Edbert. Steven, "Pengaruh Image, Harga, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent." *Jurnal Emba* 2 No. 3 (2014).
- Faizah, Hanif dan Masreviastuti. "Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah," *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* 4 No. 2 (2018).
- Fitriya, Elok. "Analisis Pengaruh *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk." *JIAI* 2 No. 1 (2017).
- Gunaraa, Thoriq dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*. Bandung: MadaniA Prima, 2007.
- Habiburrahman. "Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi* 22 No. 02 (2017).
- Hadari, Nawawi. *Kepemimpinan Menurut Islam*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 1993.
- Hasnunidah. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Media Akademi, 2017.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Huda, Nurul., Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, dan Dian Sugiarti. *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Ilham, Muhammad dan Firdaus. *Islamic branding Dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang*. Bintan: Stain Sar Press, 2019.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Kasmir. *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kotler, Philip, dan Garry Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.
- Kotler, Phillip. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Indeks, 2004.
- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Kurniawan, Asep. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- LPPOM MUI "Mengenal Siwak Pada Pasta Gigi Sasha," Jakarta 30 Oktober 2021, <http://halalmui.org>
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- Machali, Imam. *Statistik Itu Mudah Menggunakan SPSS Sebagai Alat Bantu Statistik*. Yogyakarta: Lembaga Lada Kata, 2015.

- Marthon, Said Sa'ad. *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Jakarta, Zikrul Hakim, 2007.
- Masrukhin. *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*. Kudus, Media Ilmu Press, 2014.
- Nasrullah, Muhammad. "Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk." *Jurnal Hukum Islam (JHI)* 13 No. 2 (2015).
- Ong, Ian Antonius dan Sugiono Sugiharto. "Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1 No. 2 (2013).
- Prasetya, Sigit Hari. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos (Studi Kasus Pada Kantor Jawa Pos Radar Semarang)." *Jurnal Ilmiah Aset* 22 No. 2 (2020).
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Dengan Spss*. Yogyakarta: Media Kom, 2010.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV.Wade Group, 2016.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group, 2016
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana, 2017.
- Radjab, Enny dan Andi Jama'an. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar. 2017.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan *Islamic Branding* Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen." *JBMA* 1 No. 2 (2013).
- Rinaldi, Achi., Novalia dan Muhammad Syazali. *Statistika Intferensial Untuk Ilmu Sosial Dan Pendidikan*. Bogor: IPB Press, 2020.
- Rusman, Tedi. *Statistika Penelitian; Aplikasinya dengan SPSS*. Yogyakarta, Graha Ilmu, 2015.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.
- Sigit, Murwato "Marketing Syari'ah Sebagai Jiwa Bisnis." *CMIAE* 1 (2018).
- Sinaga, Lidwina RA dan Natasya Intan Pramanda. "Analisis Pengaruh Brand Name, Servive Quality Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Miniso Tunjangan Plaza Surabaya." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* No. 1 (2018).
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015.
- Sumiati., Nadiyah Hirfiyana Rosita, dan Ida Yulianti. *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press, 2016).
- Suriani, Ni Made. *Enterpreneurs*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Syahrum dan Salim. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Taufik, Nuryanti., Faizal Haris Eko Prabowo, dan Alicia Deana Santosa. "Analisis Faktor Brand Religiosity Image." *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 3 No. 2 (2020).
- Temporal, Paul dan KC Lee., *Hi-Tech Hi-Touch Branding*, Terjemahan Antasia, (Jakarta: Salemba Empat (2002) dalam M. Affan Amin. *Pengaruh Islamic branding dan Religiuitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Swalayan Basmalah Cabang Rembang Pasuruan Jawa Timur*. Malang, El-Dinar UIN Malik Ibrahim, 2019.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset, 2017.
- Utama, Made Suryana. *Aplikasi Analisis Kuantitatif Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Denpasar: C.V Sastra Utama, 2016.
- Utami, Indah Wahyu. *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan, 2017.
- Wahjoyo, Sentot Imam. *Pengantar Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Warasto, Hestu Nugroho. "Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)." *Jurnal Ilmiah Semarak* 1, No. 1 (2018).
- Yunus, dkk., *Muslim's Purchase Intention Toward Non-Muslim's Halal Pakeget Food Manufacturer*. Procedia: Social and Behavioral Sciens, 2013. dalam Endang Riyani. *Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic branding Dan Product Ingredient Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Dan Toileter (Studi Pada Wanita Muslim Indonesia)*. Lampung, UIN Raden Intan, 2020.

Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz* 4 No. 2016.

