

DAFTAR PUSTAKA

Aisah Asnawi, Pengaruh Private Label Terhadap Kesadaran Merek Dan Citra Merek Pada Konsumen Hipermarket (Studi Pada Giant Dan Hypermart Di Kota Bandung).

Al Qur'an Surat Al Furqaan Ayat 67, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998.

ANDRI HELMI MUNAWARANALISIS PENGARUH BRAND TRUST DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Suatu Penelitian Pada Pengguna Kartu Esia PT Bakrie Telecom Tasikmalaya). STISIP Bina Putera Banjar.

Anita Rahmawaty, Ekonomi Mikro Islam, Nora Media Enterprise, Kudus, 2011.

Anwar Sanusi, Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi Empat, Jakarta : Penerbit Salemba

Baharudi Wibisono Persepsi Konsumen Terhadap Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Indomaret Di Salatiga).

Danang Sunyoto, Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen), CAPS, Yogyakarta, 2013.

Danny Alexander Bastian Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9.

Departemen Agama RI *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Yayasan Penyelenggara Penerjemah/ Penafsir Alqur'an, Bandung Salemba Empat, 2011.

Hanate Samuel, Adi Suryanata Lintao, Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya, Jurnal Menejemen Pemasaran, vol. 8, no. 2, oktober 2014, issn 1907-235x.

<http://www.hijabina.com/blog/4848/kisah-pendirian-brand-busana-muslim-zoya/> di akses pada tgl 20 08 2017.

<http://www.viva.co.id/gaya-hidup/gaya/854053-mengintip-proses-produksi-produk-zoya> di akses pada tgl 20 08 2017.

Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, BP Undip : Semarang, 2008

John C. Mowen dan Minor, Perilaku konsumen, Alih bahasa oleh Dwi Kartini, Erlangga, Jakarta, 2003.

Marheni Eka Saputri, PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KESETIAAN PENGGUNA SMARTPHONE IPHONE, Jurnal Socioteknologi Volume 13, Nomor 3, Desember 2014.

Muhammad Rizan, pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty teh botol sosro survey konsumen teh botol sosro di food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur, (JRMSI) vol. 3, no. 1, 2012.

Muhammad Syakir Sula, Asuransi Syari'ah (life general); Konsep Sistem Oprasional, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.

Mustika Ekawati, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati. PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PENGETAHUAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Followers Account Twitter @WRPdiet) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 14 No. 2 September 2014 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.

Nur Rozaq Muallim, Pengaruh Labelisasi Halal dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah studi pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Syariah, STAIN Kudus, thn 2017.

Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta, 2005,

Philip kotler, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid 1,

Rita, Karyana Hutomo, Natalia. electronic word of mouth (e-wom) foursquare (the new social media). management department, school of business management, BINUS University . Jln. K. H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480. BINUS BUSINESS REVIEW Vol. 4 No. 2 November 2013.

Sekar Jingga Citranuari Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Studi Pada Konsumen Produk Kecantikan Ponds di Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), Bandung: Alfabeta, cet, 16, 2012.

Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D, Bandung, Alfabeta, 2006.

Suharsimi Arikanto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Rineka Cipta, Jakarta, 1993.

Syaifudin Azwar, Metode Penelitian, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997.

Tommi Wijaya dan Eristia Lidia Paramita, Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr, Universitas Kristen Satya Wacana, Seminar Nasional Dan Call For Paper (Sancall 2014): Isbn: 978-602-70429-1-9 Research Methods And Organizational Studies.