

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. *Manajemen Produksi Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: BPFE, 1986.
- Algustin, Winna, dan Rindang Matoati. "Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, no. 1 (2020).
- Amelia, Wan Rizca. "Penggunaan *Theory of Planned Behavior* Untuk Menganalisis Niat Perilaku Milenial Dalam Belanja Daring Melalui Aplikasi Instagram." *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, no. 2 (2019).
- Bakti, Sukma. "Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Kedai Kopi Black Canyon Mall Jamtos." *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, no. 1 (2016).
- Boediono, dan Wayan Koster. *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- DSN-MUI Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. 28 Januari, 2020. <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/6/>.
- DSN-MUI. 20 Januari, 2020. <http://dsnmu.or.id/sertifikasi/senarai-perusahaan-bersertifikat/>.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Faradisa, Isti, Leonardo Budi H, dan Maria M Minarsih. "Analisis Pengaruh Variasi Produk Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe)." *Jurnal of Management*, no. 2 (2016).
- Gazali. "Konsep Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Syariah." *Iqra Jurnal Ilmu Kependidikan & Keislaman*, no. 1 (2018).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE, 2003.

- Inayati, Laili Sofia. “Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, no. 4 (2017).
- Irzandy, Mas Arga Haris, Suharyono, dan Zainul Arifin. “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian.” *Jurnal Administrasi Bisnis*, no. 1 (2017).
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Mardalis, Ahmad, dan Nur Hasanah. “Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam.” *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, no. 1 (2016).
- Marimin, Agus, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria. “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, no. 2 (2016).
- Masrukhin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Meitiana. “Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur *Theory of Planned Behavior*.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, no. 1 (2017).
- Muzaqqi, Aim, Achmad Fauzi, dan Imam Suyadi. “Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek.” *Jurnal Administrasi Bisnis*, no. 1 (2016).
- Panduan Sukses HNI. Jakarta, 2020.
- Priyatno, Dwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom, 2002.
- PT HPAI–Halal Network International (HNI). 15 januari, 2020, <http://hni.net/profile>.
- QS. Al Mulk/67: 15.
- QS. As Syu’ara/26: 181-183.
- Quran in Ms Word. Tafsir Lengkap Departemen Agama.
- Quran in Ms Word. Tafsir Ringkas Kemenag. QS. Al-Mulk ayat 15.
- Quran in Ms Word. Tafsir Ringkas Kemenag. QS. Asy Syu’ara ayat 181-183.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.

- Schiffman, Leon, dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2008.
- Setyono, Darwin. “Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffee & Bar.” *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, no. 1 (2017).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumiati, dkk. *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press, 2016.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Susanto dan Himawan. *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen, 2004.
- Swasty, Wirania. *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Tarwendah, Ivani Putri. “Studi Komparasi Atribut Sensori dan Kesadaran Merek Produk Pangan.” *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, no. 2 (2017).
- Verdilla, Vera, dan Albari. “Dampak Dimensi Ekuitas Merek dalam Membentuk Minat Beli Ulang.” *Jurnal Manajemen Maranatha*, no. 2 (2018).
- Widiyasti, Baiq Dinna, Budi Santoso, dan Rusdan. “Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Axa Mandri Mapan Sejahtera di Kota Mataram,” *Jurnal Magister Manajemen Unram*, no.1 (2016).