

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, Mika, Sunarti, Muhammad Kholid Mawardi. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 25. No. 1, (2015).
- Amri, Andi. “Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia”. *Jurnal Brand*. Volume 2. No. 1, (2020).
- Andrian. “Digital Marketing Dan Ragam Produk Pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016)”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 3. No.1, (2019).
- Ar Rafi Hijab, “Sejarah Bisnis Hijab Ar Rafi, Owner Bunda Hanim”. Safira Hijab. - diakses pada, 20 Agustus, 2020. <https://safirahijab.com/sejarah-bisnis-hijab-arrafi-owner-bunda-hanim/>.
- Bayanulloh, Ikhsan. *Marketing Syariah*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012
- Ekarina. “Dampak Covid-19, Pasar Produk IKM Fashion Muslim Anjlok hingga 80%”. Katadata. - diakses pada, 8 Mei 2020. <https://katadata.co.id/amp/ekarina/berita/5eb56837009f1/dampak-covid-19-pasar-produk-ikm-fesyen-muslim-anjlok-hingga-80>.
- Faizah, Hanif dan Masreviraastuti, “Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah”. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Volume 4. No. 2, (2018).
- Fawaid, Akh. “Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Volume 4. No.1, (2017).

- Ferdinand, Agusty. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Seri Pustaka UNDIP. 2014.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Hadiwardoyo. “Wibowo. Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19”. *Journal of Business and Entrepreneurship*. Volume2. No. 2, (2020).
- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. *Buku Ajar Manajemen Bisnis Islam*, Sleman: CV. Budi Utama, 2019. https://books.google.co.id/books?id=MEnGDwAAQBAJ&pg=PA100&dq=Buku+manajemen+pemasaran+minat+beli&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi_wZ_a6vnrAhVBjOYKHWUTBxkQ6AEwAHoECAMQAQ6vnrAhVBjOYKHWUTBxkQ6AEwAHoECAMQAQ#v=snippet&q=Islamic%20branding&f=false
- Hendrawan, Andri, Hari Sucahyowati, Kristian Cahyadi, Indriyani, dan Atril Rayendra. “Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap”. *Jurnal Administrasi dan Kewirausahaan*. Volume 4. No.1, (2019).
- Huda, Nurul, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrussa'diyah, Dea Mazaya, dan Dian Sugiarti. *Pemasyarakatan Syariah Teori & Aplikasi*. Depok: Kharisma Putra Utama, 2017.
- Idris, Munadi, Haris Maupa, dan Maat Pono. “Membangun Konsep Brand Religiosity Image Dalam Islamic Marketing (Sintesis Teori dan Penelitian Empiris Yang Relevan)”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Volume 6, No. 1, (2020).
- Ilham, Muhammad dan Firdaus. *Islamic Branding dan Religiusitas*. Bintan: Stain Sultan Abdurrahman Press, 2019.

- Khadijah, Siti dan Oni Anita Wulandari. "Islamic Branding Restoran Korea Terhadap Minat Beli Konsumen". *Jurnal Makna*. Volume 6. No.1, (2020).
- Kotler, Philip dan Kevin Line Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Laksana, Daniel dan Diah Dharmayanti. "Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Organizational Performance* Dengan *Intellectual Capital* Dan *Perceived Quality* Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur". *Jurnal Manajemen Pemasaran*.Volume 12. No. 1, (2018).
- Lintong, Debry Ch. A. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Online Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Manado (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi)". *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi* 5. No.3. (2018)
- Mardalin, Ahmad dan Sari Utami. "Kepedulian Mahasiswa Terhadap Kehalalan (Islamic Branding) Produk Kosmetik Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli".*The 8th University Research Colloquium* 8, (2018).
- Misbach, Irwan. Perilaku Bisnis Syariah. *Jurnal Al Idarah*. Volume 5. No. 3, (2017).
- Muljono, Ryan Kristo. *Digital marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2018
- Oentoro, Deliyana. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Laksbang PRESS ind, 2012.

- Purwana, Dedi Purwana ES, Rahmi dan Shandy Aditya. "Pemanfaatan *Digital marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit". *Jurnal Pemeberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. Volume 1. No.1 (2017) - diakses pada 7 Septemeber, 2020, <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpm/article/view/1781>.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana. 2017
- Putri, Mega Rachma Kurnia dan Hardius Usman. "Brand Equity dan Labelisasi Halal (islamic branding) dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Volume 6. no.3 (2020).
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen". *JBMA*. Volume 1. No.2, (2013).
- Rivai, Veithza. *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia, 2012.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Satria, Arief Adi. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 2.No.1, (2017).
- Sa'diyah, Khalimatus, Rini Rahayu Kurniati, dan Daris Zunaida. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Asuransi Pt.Prudential Life Assurance Cabang Sukun, Jln. Simp Sukun, Malang" .*JIAGABI*. Volume8, No.3, (2019).
- Seni, Ni Nyoman Anggar dan Ni Made Dwi Ratnadi. "*Theory Of Planned Behavior* untuk Memprediksi Niat Berinvestasi". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 6. No.12. (2017)

- Sula, Muhammad Syakir. *Amanah Bagi Bangsa: Konsep dan Sistem Ekonomi Syariah*. Jakarta: Masyarakat Ekonomi (MES), 2007)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Taufik, dan Eka Avianti Ayuningtyas. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online”. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*. Volume 22. No. 1, (2020)
- Websindo. “Indonesia Digital 2019: Media Sosial”. Websindo.- diakses pada, 14 Agustus 2020, <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial>.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2016.
- Yusof, Mohd dan Wan Jusoh. “Islamic Branding: The Understanding and Perception”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences 130*.(2014) - diakses pada 7 September, 2020. <http://www.sciencedirect.com>.