

DAFTAR PUSTAKA

- Ackaradejruangsri, Pajaree. "The effect of product quality attributes on Thai's consumer buying decisions". *Journal Asia Pacific Studies* 3, No. 3. (2013):14- 24.
- Adnan. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe". *Jurnal Visioner & Strategis* 7 No. 2 (2018): 1- 9.
- Afrianty, Nonie dan Detri Agustina. "Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli PT. HNI HPAI Kota Bengkulu". *Journal Of Islamic Economics and Finance Studies (JIEFeS)* 1, No. 2 (2020): 121- 136.
- Ali, Yunus. "Halal Branding A Study of Moslem Consumers Perspective. On Proceedings of The2nd Global Islamic Marketing Conference". *Abu Dhabi*. (2012): 1- 6.
- Alserhan, Baker Ahmad. "On Islamic branding: brands as good deeds". *Journal of Islamic Marketing* 1, No. 2 (2010): 101- 106.
- Amrillah, Qonita dan A. Brawijaya. "Pengaruh Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Wardah di Wilayah Bogor". *Jurnal Syarikah* 2, No. 2 (2016): 296- 311.
- Anastasia, Ulva dan Yulia Nurendah. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2, No.2 (2014): 181-190.
- Andini, Anggie Lia dan Popy Rufaidah. "The Influence of Islamic Branding and Religiosity on Brand Image". *AFEBI Islamic Finance and Economic Review (AIFER)* 2, No. 2 (2017):31- 43.
- Apriliani, Ayu dan Nurul Wahyuni. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zoya Banjarmasin". *Jurnal Bissmart* 1, No. 1 (2020):41- 56.
- Azuar Juliandi, dkk. *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*. Medan: Lemba Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli. 2016.
- Bagus Riski, dkk,. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan

- Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai”. *Jurnal Kitabah* 3, No. 2 (2019): 172- 191.
- Dinan, Fira., M. Nealy Azhad, dan Fety Fatimah. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame pada Mahasiswa Muhammadiyah Jember”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 2, No. 1 (2016):16- 30.
- Faizah, Hanif dan Masreviastuti. “Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah”. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* 4, No. 2 (2018): 325-328.
- Fathoni, Muhammad Anwar, dan Tasya Hadi Saputri. “Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, No. 3 (2020): 428- 435.
- Fatmaningrum, Sakti Riana., Susato, dan Muinah Fadhilah. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea”. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* 4, No. 1 (2020): 176-188.
- Firliana, Ika Ananda. “Kajian Literatur Penerapan Strategi Citra Merek dan Islamic Branding dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi Kasus Penerapan Citra Merek pada Benak Konsumen dan Label Halal pada Produk Kecantikan Wardah Exclusive Matte Cream”. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 1, No. 1 (2018): 20- 30.
- Fitriani, Ramdatun., Fendi Maradita, dan Serli Oktapiani. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Lestari Semongkat Kecamatan Batulanteh”. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*. 1-6.
- Fitriya, Elok. “Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Membeli Produk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia (JIAI)* 2, No. 1 (2017): 31- 41.
- Gain, Robert., Christian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt”. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start- Up Bisnis* 2, No. 2 (2017):142- 150.

- Gita, Devi dan Retno Setyorini. “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id”. *Jurnal E-Proceeding of Management* 3, No. 1 (2006):620-626.
- Harahap, Dedy Ansari. “Analisis Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan”. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 7, No. 3 (2015): 227- 242.
- Hardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group. 2020.
- Haris, Rafidah., Bambang Kurniawan, dan Khalida Zia. “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi”. *Journal for Religious Innovayion Studies* XVI, No.2 (2016): 75- 90.
- Indrawati, Devi. “Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya”. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen* 15, No. 2 (2015): 302- 319.
- Jalil, M.A., & Rahman, M.K. “The impact of *Islamic branding* on consumer preference towards Islamic banking services: An empirical investigation in Malaysia”. *Journal of Islamic Banking and Finance* 2, No. 1 (2014): 209- 229.
- Jhosua, Davin dan Metta Padmalia. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. *Jurnal Enterpreneur dan Enterpreneurship* 5, No. 1 (2016): 27- 32.
- Jumani, Z.A & Siddiqui, D. “Bases Of Islamic Branding In Pakistan: Perceptios Or Belives”. *Interdisciplinary Journal Of Cotemporary Research In Business January* 3, No.9 (2012):840- 847.
- Kalicharan, H.D. “The effect and influence of country-of-origin on consumer’s perception of product quality and purchasing intentions”. *International Business and Economic Research Journal* 13, No. 5 (2014):897- 902.
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2012.
- Kotler, Philip dan Amstrong. *Prinsip- prinsip pemasaran, Edisi 12* . Jakarta: Erlangga. 2018.

- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen pemasaran jilid 1 edisi millennium*. Jakarta: Prehalindo. 2009.
- Kumala, Firza Oktavia Nurul dan Moch. Kairul Anwar. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama”. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3 No. 2 (2020): 26- 40.
- Kusuma, Aryanti Muchtar, Maulida Ainul Hikmah, dan Aufarul Marom. “Pengaruh *Islamic Branding*, Kualitas Produk *Skincare* pada Generasi *Millenial* di Kabupaten Kudus”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, No. 2 (2020):289-302.
- Mardalis, Ahmad dan Sari Utami. “Kepedulian Mahasiswa Terhadap Kehalalan (*Islamic Branding*) Produk Kosmetik Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli”. *The University Research Colloquium Universitas Muhammadiyah Purwokerto*. (2018): 68- 74.
- Marlius, Doni. “Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologi dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang”. *Jurnal Pundi* 1, No. 1 (2017):57-66.
- Masrukhin. *Statistik Deskriptif dan inferensial Aplikasi Program SPSS dan Excel*. Kudus: Media Ilmu Press. 2014.
- Nasrullah, Muhammad. “*Islamic Branding*, Religiusitas dan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk” *Jurnal Hukum Islam(JHI)* 13, No. 2 (2015): 79- 87.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana. 2011.
- Pardede, Ratlan dan Tracicius Yudi Haryadi. “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Konsumen”. *Journal of Business & Applied Management* 10, No. 1 (2017):55- 79.
- Priyatno, Dwi. *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2010.
- Putra, Giardo Permadi., Zainul Arifin, dan Sunarti. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Adiministrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data

- Kampus)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 48, No. 1 (2017):124- 131.
- Putri, Primadhany Kartana. "Pengaruh Faktor Sosial dan Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Melakukan Registrasi Akademik (Studi pada Mahasiswa Nuswantoro Terdaftar dan Aktif Tahun Akademik 2010/ 2011)". *Jurnal Interaksi*. 57-64.
- Putri, Prmadhany Kartana. "Aplikasi Pendekatan- pendekatan Persuasif pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian". *The Messenger* VII, No. 1 (2016):1-16.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen. *JBMA* 1, No. 2 (2013): 1- 11.
- Refi, T. Muana dan Andi Tarlis. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim Pada Toko Sedia Peureulak Aceh Timur" *Jurnal Investasi Islam* IV, No. 2 (2019): 127- 140.
- Ridwan, Firdha Fadhilah dan Nurdin. "Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk (Studi Kasus Minimarket Syariah Kitamart Cibatu Bandung)". *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)* 4, No. 1 (2020): 59- 85.
- Rifal Dahlawy Chalil, dkk. *Brand, Islamic Branding dan Rebranding*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2020.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati". *Jurnal STIE Semarang* 8, No. 2 (2016):92- 121.
- Rukmini. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di UMKM Woodenboxroomstock Medan". *Manajemen Bisnis Eka Prasetya (MBEP)* 5, No. 2 (2019): 53- 60.
- Samidi, S., Nurfadilah, D., Rivai, A., & Suharto. "The Impact Of Islamic Branding On Consumer's Attitude Towards Soft Drink Product In Malaysia". *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship* 2, No. 5 (2016):66- 77.
- Samsuar. "Atribusi". *Jurnal Network Media* 2, No. 2 (2019): 65- 69.

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2013.
- Santoso, Imam dan Sa'diyah El Adawiyah. "Branding Islam Dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah". *Journal of Business & Entrepreneurship* 2, No. 1 (2019): 1- 12.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Saraswati, Made Laksmi., A. Pradhanawati, dan W. Hidayat. "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4, No. 2 (2015):137- 146.
- Septiando, Alun Dwi., Rois Arifin, dan Siti Aisyah. "Pengaruh Pengembangan Produk Dan Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Rara Jajanan Khas Trenggalek". *e- Jurnal Riset Manajemen (JRM)*, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma. 123-137.
- Shaharudin, M.R., Suhardi W.M., Anita A.H., Maznah W.O., and Etty H.H. "The relationship between product quality and purchase intention: The case Malaysia's national motorcycle/ scooter manufacturer". *African Journal of Business Management* 5, No. 20 (2011): 8163- 8176.
- Sitti Aisya, dkk. "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam- JIEBI* 2, No. 1 (2020): 57-74.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2004.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Sule, Erni Tisnawati. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Refika Aditama. 2016.
- Sunarto. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan". *Jurnal Equilibrium* 3, No. 2 (2015): 191- 205.
- Sunyoto, Danang. *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama. 2013.

- Supriyadi., Yuntawati Fristin dan Ginanjar Indra K.N. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Imange Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, No. 1 (2016): 135- 144.
- Tamunu, M., Ferdinand T. “Analyzing the influence of price and product quality on buying decision Honda matic motorcycle in Manado”. *Journal EMB* 2, No. 3 (2014): 1255- 1263.
- Tehuayo, Erlinda. “Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perilaku Pembelian Produk Yamaha Mio di Kota Ambon”. *Jurnal Soso2* Vol. 6 No. 2 (2018): 25- 34.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2019.
- Trishananto, Yudha. “Islamic Branding, religiosity and cusnsomer decision on product in IAIN Salatiga”. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research* 1, No. 2 (2019): 93-100.
- Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia. 2002.
- Wijarko, Agus., dan Lucky Rachmawati. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, No. 1 (2020):104- 116.
- Wilson, A & Liu, J. “The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal”. *Journal of Islamic Marketing, Emerald Group Publishing Limited* 2, No. 1 (2011):28-42.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhammad, et. al. “Muslim’s Purchase Intention towards Non- Muslim’s Halal Packaged Food Manufacture. *Procedia- Social and Behavioral Sciences* 130. (2014): 145- 154.
- Yusof, M., & Jusoh, W. “Islamic branding: The understanding and perception”. *Procedia- Social and Behavioral Sciences* 130. (2014): 179-185.
- Zano, Bobby Roy dan Thomas Santoso. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor YAMAHA Pada PT. Surya Timur Sakti JATIM Surabaya”. *AGORA* 7 No. 1 (2019):1-6.