

## DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi Cetakan Keempat (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014).
- Aditya Hangga Supangkat, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, no. 9 (2017).
- Agelina Diah Kumasari dan Supriono, “Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 49 no.2, (2019).
- Alfin NF Mufreni, “Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)”, *Jurnal Ekonomi Manajemen* 2, no. 2 (2016).
- Alfredo Dwitama Soenawan dan Edward Stephen Malonda, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D’supid Baker Spazio Graha Family Surabaya”, *Jurnal Pemasaran* 2, no. 4 (2017).
- Amirullah, *Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).
- Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016).
- Angelina Diah Kusumasari dan Supriono, “Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Awareness serta dampaknya pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Survei pada mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 49, no. 2 (2017).
- Anita Rahmawaty, *Ekonomi Mikro Islam* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2011).
- Ariella, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid”, 215.
- Bagus Cahyanto, dkk, “Penyuluhan Kesehatan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kesadaran Pola Hidup Bersih Dan Sehat

- (PHBS) Di Era Pandemi Covid-19”, *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat* 1 no. 2, (2021).
- Bambang Triputranto dan Aulia Novita Kusuma Diharjo, “Pengaruh Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kerudung di Rabbani Cabang Kopo Bandung”, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10, no. 2 (2020).
- Buchari Alma dan Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar: Universitas Udayana, 2017).
- Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2014).
- Derby Juliana Osak dan Yusepaldo Pasharibu, “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Tagline* terhadap Keputusan Pembelian *Online* dengan *Mediasi Brand Awareness*”, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 9, no. 4 (2020).
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Pengantar Manajemen Syariah* (Bogor: RajaGrafindo Persada, 2018).
- Eric Kurnia Abdillah dan Derriawan Djoharsyah, “Pengaruh *Tagline dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Behavioural Intention Produk Kuku Bima Ener-G di Wilayah Jakarta*”, *Jurnal Ekonomi* 21 no.1, (2019).
- Erly Juliyani, “Étika Bisnis dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ummul Qura* VII, no. 1 (2016).
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2012).
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014).
- Habiburahman, “Strategi Promosi Pariwisata dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi* xxii, no. 02 (2017).
- Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013).
- Irfan Rizqullah Ariella, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid”, *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 3, no. 2 (2018).
- Irwan Misbach, “Perilaku Bisnis Syariah”, *AL-IDARAH* 5, no. 3 (2017).
- Jasella Handayani, dkk, “Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen

- Shopping Goods”, *Journal of Business and Backing* 10, no. 1 (2020).
- Kumala dan Anwar, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT.Hasanah Mulia Investama.
- Kusumasari dan Supriono, “Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap *Brand Awareness* serta dampaknya pada Keputusan Pembelian Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* (Survei pada mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya).
- Lina Budiarti, dkk, “Pengaruh Halal *Certification* dan Halal *Awareness* terhadap Minat Pembelian Produk Gunaan”, *Jurnal Administrasi dan Bisnis* 13, no. 2 (2019).
- Luh De Ayuningrum Ratna Pertiwi, “Pengaruh Citra Merek Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte Lipcream*”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 2 (2019).
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).
- M. Dhani Rahardian, dkk, “Pengaruh *Tagline* Iklan Dan *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Dan Minat Beli (Survei pada Mahasiswa program Sarjana pengguna *Smartphone* OPPO F3 Plus di Universitas Brawijaya)”, *Jurnal Adminstrasi Bisnis (JAB)* 75, no. 1 (2019).
- M. Syakir Syula, *Syariah Marketing* (Jakarta: Mizan Publishing, 2014).
- Made Netrawan, “Pengaruh *Tagline* dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian pada JD.ID di Kota Bandar Lampung”, *Jurnal Manajemen* 2, no. 1 (2019).
- Made Netrawan, “Pengaruh *Tagline* dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian pada JD.ID di Kota Bandar Lampung”, *Jurnal Manajemen* 2, no. 1 (2019).
- Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2017).
- Meldha Praticha Rarasari, dkk, “Pengaruh Iklan Televisi, *Celebrity Endorser* dan *Tagline* terhadap Kesadaran Merek Sampo Pantene di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Branchmarck* 4, issue. 1 (2018).
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014).

- Mufreni, “Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha).
- Muhammad Sulaiman dan Aizuddinnur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul* (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2011).
- Mulyadi, *Kewirausahaan bertindak kreatif dan inovatif*, (Palembang: Rafah Press, 2011).
- Nadya Prameski Putri dan Anis Faudah, “Manfaat Air Minum Bagi Kesehatan Peserta Didik Pada Tingkat MI/SD”, *Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah* 10 no. 1 (2020), hlm.37.
- Nieke Monika Kulsum, *Modul Perilaku Konsumen* (Jakarta: BPUN, 2018).
- Novi Claodya Lee dan Anik Lestari Anjarwati, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian The Botol Sosro Kemasan Pet 450 Ml (Studi Pada Pengunjung Minimarket Di Surabaya Selatan)”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 5 no.4, (2017).
- Nugroho Juli Setiadi, *Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2013).
- Nuradi, dkk, *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Edisi Pertama (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012).
- Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: Universitas Muhammadiyah, 2017).
- Osak dan Pasharibu, “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Tagline* terhadap Keputusan Pembelian *Online* dengan Mediasi *Brand Awareness*”.
- Palupi Permata Rahmi dan Rizki Diyah Purwanti, ”Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Nu Green Tea Pada PT Abc President Indonesia Cabang Garut”, *Jurnal Indonesia Membangun* 1, (2016).
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I* (Jakarta: Erlangga, 2013).
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2013).
- Rafindra Calvin Fernando, “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Mobil

- Merek Honda (Studi kasus pada Honda Bintang Solo Baru)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 2 (2018).
- Rahman Rahim dan Saina Nirwana, "Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) di Daya Kota Makassar", *Ar-Ribh: Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2020)
- Rarasari, dkk, "Pengaruh Iklan Televisi, *Celebrity Endorser* dan *Tagline* terhadap Kesadaran Merek Sampo Pantene di Surabaya".
- Sirilius Nafanu, "Pengaruh Media Iklan, Pesan Iklan, Dan Kreativitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Produk Le Minerale Pada Masyarakat Kota Kafamenanu Kabupaten TTU", *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 5 no.3,(2020).
- Sofyan Assouri, *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2016).
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Suharno, *Marketing in Practice*, Edisi Pertama (Jakarta: Prenada Media, 2012).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Sutisna dan Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2013).
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017).
- Tim penulis naskah Al Quran, *Al Quran dan Terjemahannya* (Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018).
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Permasalahan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016).
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).
- Yoga Baskara, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Volkswagen Golf (Studi kasus komunitas Nuvolks Jakarta)", *e-Proceeding of Management*.4, no.2 (2017).