

DAFTAR PUSTAKA

- Abror Abror, dkk. (2019). *Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty*. Journal of Islamic Marketing.
- Al-Qur'an. (2011). *Surah Al-Baqarah ayat 172*. Kementrian Agama.
- Anang Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: CV Budi Utama).
- Aurel Anggraini Agilita Adha Shera. (2021). *Pengaruh Emotional Attachment dan Religiosity dalam membangun Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Pengguna Produk Kecantikan Berlabel Halal di Kota Malang)*. (Malang: Universitas Brawijaya).
- Badri Munir Sukoco & Reza Aditya Hartawan. (2011). *Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosional pada Merk*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Vol. 4. No. 3.
- Burhan Bungin. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Duwi Priyatno. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. (Yogyakarta: Mediakom).
- Dwi Suhartanto, dkk. (2019). *Loyalty toward Islamic banking: service quality, emotional or religious driven?*. Journal of Islamic Marketing.
- Dyah Ayu Anisha Pradipta. (2012). *Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT. Pertamina Enduro 4T di Makassar*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Etta Mamang Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET).
- Eusabilla Isabella Aldama & Dedi Kurnia Syah Putra. (2021). *Pengaruh Iklan terhadap Customer Loyalty pada Natura World di Kota Surakarta*. Jurnal e-proceeding of Management, Vol. 8, No. 4.
- Fajarsyah Rizal Hakim dan Moh Farid Najib. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Logistik Halal: Studi Kasus di Indonesia*. Jurnal Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar. Vol. 11. No. 1.
- <http://naturaworld.biz.id/tentang-kami> diakses pada tanggal 1 April 2022 Jam 19.00
- <https://asatrindoberbisnis.blogspot.com/2016/05/bisnis-naturaworld-company-profile.html?m=1> diakses pada tanggal 9 April Jam 20.30

<https://www.google.com/amp/s/docplayer.info/amp/214315137-Bab-i-pendahuluan-1-1-gambaran-umum-objek-perusahaan.html>
diakses pada tanggal 19 Mei 2022 Jam 09.27

- Irsalina Husna. (2020). *Peran Kepuasan dan Keterikatan Emosional pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Anggota Persebaya Selamanya)*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 8. No. 2.
- Jihan Suci Lestari, dkk. (2020). *Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Kerja terhadap Prestasi Kerja Guru*. ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 1. No. 1.
- Johan Harlan. (2004). *Metode Statistika 1*. (Depok: Gunadama).
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. (Bandung: CV PUSTAKA SETIA).
- Laura Amelya Br Napitupulu, dkk. (2016). *Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi dan Kompetensi terhadap Kinerja Manajerial pada Rumah Sakit Swasta di Kota Pekanbaru*. Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi. Vol.4. No. 1.
- Lintang Lilla Maulidina. (2020). *Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh Keterikatan Emosi terhadap Loyalitas Pelanggan Rolag Kopi Kayoon Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 8. No.4.
- Mahroo Khan, dkk. (2019) *The role of consumer willingness to pay for halal certification in Pakistan*. Journal of Islamic Marketing. Vol.10. No.9.
- Maretta Ginting dan Elizabeth Haloho. (2021). *Pengaruh Keterlibatan Pelanggan dan Pemasaran Sosial Media terhadap Loyalitas Pelanggan di Lim's Café Kisaran*. Jurnal Tekesos. Vol. 3. No. 2.
- Masrukhin. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Eds. 1, Cet.1*. (Kudus: Media Ilmu Press).
- Muhamad Al faruq Abdullah. (2020). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skincare*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis. Vol. 6. No. 2.
- Nugroho J. Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. (Jakarta: Prenadamedia).
- Riyadh Nasrin, dkk. (2020). *Pengaruh Experintal Marketing, Emotional Branding, dan Brand Image terhadap Consumer Loyalty Maskapai Lion Air (Studi Kasus pada Konsumen Lion Air di Kota Bandung tahun 2019)*. Jurnal e-Proceeding of Management. Vol. 7. No. 1.
- Rode Sola Asi, (2010). *Pengaruh Emotional Branding terhadap Kepercayaan dan Pengaruhnya terhadap Sikap Pengambilan*

- Keputusan Pemakaian Jasa Kesehatan oleh Komunitas Diabetes RS. Telogorejo*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sandu Siyoto dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metode Penelitian Cetakan 1*. (Yogyakarta: Literasi Media).
- Sri Abidah Suryaningsih dan Aliyah Shufiyyatin. (2021). *Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lyfestyle terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Gresik*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam. Vol. 4. No. 3.
- Sri Rahayu, dkk. (2020). *Meningkatkan Keterikatan Merek*. Jurnal Signaling STMIK Pringsewu. Vol. 9. No. 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif serta R & D*. (Bandung: Alfabeta).
- Tri Hidayati, dkk. (2019). *Statistika Dasar*. (Banyumas: Pena Persada).
- Umi Muzayanah, dkk. (2019). *Kepedulian Siswa Madrasah Aliyah terhadap Produk Pangan Halal di Kota Surakarta*. Jurnal SMaRT Studi Masyarakat, Religi, dan Tradisi. Vol. 05. No 02.
- Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. (Bandung: CV PUSTAKA SETIA).

