

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Sitti dkk., “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Nimshop Palu”, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam- JIEBI* 2, no. 1 (2020).
<https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi/article/view/32>
- Alma, Prof. Dr. H. Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Alquran, al-A’raaf ayat 31. *Alquran Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Kementerian Agama RI, Sygma Creative Media Corp, 2014.
- Alquran, al-Baqarah ayat 168-169. *Alquran Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Kementerian Agama RI, Sygma Creative Media Corp, 2014.
- Alquran, al-Hujurat ayat 6. *Alquran Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Kementerian Agama RI, Sygma Creative Media Corp, 2014.
- Alquran, al-Nisa’ ayat 29. *Alquran Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Kementerian Agama RI, Sygma Creative Media Corp, 2014.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Astuti and Mutondang. *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia, 2021.
- Engel, James F. *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara, 1994.
- F, Tjiptono. *Strategi Pemasaran Edisi Keempat*. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Fandy, Tjiptono. *Service, Quality & Saticfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- Fathurrahman, Ayif dan Martyas Anggesti, “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Safi)”, *Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no 2, (2021).
<https://jes.unisla.ac.id/index.php/jes/article/view/125/95>

- Fitriya, Elok. “Analisis Pengaruh *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia* 2, no. 1 (2017). <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JIAI/article/view/1422>
- Ghozali, Imam. *25 Grand Theory*. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Ilham, Muhammad dan Firdaus. *Islamic Branding dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang*. Bintan: STAIN SAR Press, 2019.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid*. Jakarta: Prenhalindo, 2014.
- Kusuma, Aryanti Muhtar dkk. “Pengaruh *Islamic Branding*, Kualitas Produk, dan *Lifestyle* terhadap Minat Pembelian Produk *Skincare* pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8 no. 2, (2020). <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/9165>
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron dan Taofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN KUDUS, 2009.
- Mauludi, Ali. *Teknik Belajar Statistika 2*. Jakarta: Alim’s Publishing, 2016.
- Misbakhuddin, Sherlly Pramesti dan Ita Rifiani Permatasari. “Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek *Make Over*”. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7, no. 1, (2021). <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/526>

- Mongisidi, Sweetly Jane, Sepang, Jantjie dan Soepeno, Djurwati. "Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)". *Jurnal EMBA* 7, no. 3 (2019). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24041>
- Morrison, A.M. *Periklanan Komukasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Nasrullah, Muhammad. "Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk". *Jurnal Hukum Islam* 13 no. 2, (2015). <http://repository.iainpekalongan.ac.id/70/1/ISLAMIC%20BRANDING%0%2C%20RELIGIUSITAS%20DAN%20KEPUTUSAN%20KONSUM%20N%20TERHADAP%20PRODUK.pdf>
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Pamungkas, Nurul Luthfiani, Ibdalsyah, dan Triwoelandari, Retno. "Pengaruh *Islamic Branding, Celebrity Endorser*, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah". *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 2 (2021). <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/539>
- Prasetijo, Ristianti. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom, 2010.
- Profil IAIN Kudus. <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>. diakses pada tanggal 15 maret 2022.
- PT Paragon Technology & Innovation. "Wardah Perkuat Posisinya Sebagai Pelopor Merek Kosmetik Halal Dengan Kampanye 'Halal Dari Awal'". diakses pada tanggal 05 Desember 2021, <https://pressrelease.kontan.co.id/release/wardah-perkuat-posisinyasebagai-pelopor-merek-kosmetik-halal-dengan-kampanye-halal-dari-awal>
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

- Sangadja, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia, 2003.
- Silvia, L. Mandey. "Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Jurnal Ekonomi* 6, no. 1, (2009).
<http://ejournal umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/download/3997/3758>
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia, 2017.
- Siregar, Syofian. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Pertama. Jakarta: Kencana, 2013.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, R & D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 1994.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta, 2016.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Supranto, J. *Teknik Pengambil Keputusan*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 1998.
- "Tentang WIM". diakses pada tanggal 05 Desember 2021, <https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about>
- Top Brand Award. diakses pada tanggal 08 Desember 2021, https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=wardah
- Waruwu, Christ Bastian. *Sejarah Berdirinya PT Paragon Technology and Innovation Hingga Sukses*.
https://www.idntimes.com/life/career/christ_bastian-waruwu/sejarah-ptparagon1c2/2. diakses 06 maret 2022

- Wijaya, Tony. *“Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis”*.
Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Yuliardi, Ricki dan Zuli Nuraeni. *Statistika Penelitian*.
Yogyakarta: Innosain, 2017.
- Yuniarti, Vinna Sri. *PERILAKU KONSUMEN Teori dan Praktik*.
Bandung : CV Pustaka Setia, 2015.
- Zainal, Veithzal Rival dkk, *Islamic Marketing Management*.
Jakarta: Bumi Aksara, 2018.

