

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto Hartono. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- A Jacob, Aprilia, Joyce Lopian, dan Yunita Mandagie. “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa FEB UNSRAT.” *Jurnal EMBA* Vol. 6 (2018).
- Ardianto, Elvinaro. *Metodologi Penelitian untuk Publik Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Arianty, Nel dan Ari Andira. “Pengaruh Brand Image dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian.” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* Vol. 4, no. 1 (2021).
- Wulandari, Ayu, Astri Ayu Purwati, dan Mufti Hasan Alfani. “The Effect of Brand awareness, Prices, and Advertisement on Purchase Decision Of Pucuk Harum Tea at Pelita Indonesia Pekanbaru.” *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 7, no. 2 (2019).
- Cece, Ike Sen. “Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador, dan Brand Image terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya.” *E-Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol. 1, no. 2 (2015).
- Chairiawaty. “Branding Identity Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 2, No. 2 (2012).
- David, A Aaker. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press Alfabeta, 1991.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al Qur’an dan Terjemahan*. Jakarta: Syamil Cipta Media, 2005.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an dan Terjemahannya Surat An-Nisa*. Bandung: CV. Diponegoro, 2000.
- Duwi, Priyatno. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Firdaus, Andi, Bahtiar, N Rachma, dan M. Hufron. “Pengaruh Celebrity endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Greenlight (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Malang).” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* Vol 7, no. 4 (2018).
- Hertanto. “Pengaruh Brand awareness, Perceived Quality, Brand Association, dan Brand Loyalty terhadap Brand Attitude melalui

- Efektifitas Iklan Shampo L'oreal Di Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol. 2, no. 4 (2013).
- Hiriansah. *Metode Penelitian Suatu Tinjauan Konsep dan Konstruktur*. Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019.
- Indonesia, P. K. “MS Glow”, Januari 122022.
<https://www.msglowid.com/>.
- Indrianto, Nur. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: Grafindo Persada, 1999
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BEFP Yogyakarta, 2002.
- Jaiz, Muhammad. *Dasa-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- J.R., Rossister dan Percy L. *Advertising and Promotion Management*, New York: McGraw-Hill, 1996.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Indeks, 2009.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Macdonald dan Sharp. “Brand awareness Effects on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product: A Replication.” *Journal of Business Research*, Vol 48, no. 1 (2000).
- Mangkunegara, Prabu Anwar. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Cetakan Kedua. Bandung: PT. Refika Aditama, 2002.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan Cet.4*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Marhari, Oci Yonita. *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*. Bandung: Al-Maghfiroh, 2012.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Muhammad, Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2004.

- M. Suyatno. *Strategi Periklanan E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI, 2003.
- Nggilu, Monica, Altje L. Tumbel, dan Woran Djemly. “Pengaruh Viral Marketing, Celebrity endorser, dan Brand awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Manado.” *Jurnal EMBA* Vol. 7, no. 3 (2019).
- Nugroho. “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kekuatan Celebrity endorser terhadap Brand awareness dan Dampaknya terhadap Brand Attitude Handphone Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang).” *Diponegoro Journal of Management*, Vol 2, no. 3 (2013).
- Pamudyaning, Shinta Rizki Mudiantono. “Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga terhadap Brand Image serta dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus pada konsumen face Care Garnier di Kota Semarang).” *Diponegoro Journal of Management*, Vol.5, No. 2 (2016).
- Peter, J. Paul dan Olson C. Jerry. *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Pikahulan, Rustam Magun. *Hukum Perikatan*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019.
- Sa’diyah, Mahmudatus. *Fiqh Muamalah II (Teori dan Praktik)*, Jawa Tengah: Unisnu Press, 2019.
- Saparso dan Dian Lestari. 2009. “Peranan Endorser terhadap Brand Image dari Sudut Pandang Konsumen.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9 No. 3 (2009).
- Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju, 2002.
- Setiawan, Budi dan Celia Celsta Rabuani. “Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian.” *Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis* Vol. 1, no. 1 (2019).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi ke 11, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2015.

- Supaat dkk. *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*. Kudus: Pusat Penjaminan Mutu (PPM) IAIN Kudus, 2018.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Swasta, Basu dan Irawan. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Terence, Shimp. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Terence, Shimp. *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Terence, Shimp. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.
- Yanti, Novita Dewi dan Drs. Krishna Kamil, "Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online (*Gor-Ride*), *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis*, (2020).
- Yayasan Penyelenggara Penerjemah/ Penafsir Al-Qur'an Revisi. Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Penerjemah: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an. Jakarta: Sahifa, 2014.
- Yugiswara, Welo Wungkar. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Susu Anlene Pada Konsumen Susu Anlene di Kelurahan Pacarkembang. Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, 2013.
- Yulianto, Nur Ahmad Budi. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Polinema Press, 2018.
- Yusuf, Al-Qardawi. *7 Kaidah Utama Fikih Muamalat*. Terj. Ferdian Hasmand. Jakarta: Pustaka Al-Kaustar, 2014.
- Yusuf, Qordhawi. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.