

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Shuffiyatin., Suryaningsih, Sri Abidah., *Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam. Vol 4. No. 3. (2021)
- Ancok, D. & Suroso, F.N. *Psikologi Islami : Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, (2005)
- Andini, Natasya Putri Et.Al., *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media sosial Instagram)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 11. No 1. (2014)
- Benowati, Silvia Gustina., Purba, Tiurniari., *Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam*. Journal Of Management, Accounting, Economic And Business. Vol. 01. No. 02. (2020)
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan*. Jakarta : Kencana Penada Media Group, (2005)
- Christy, Agatha A.D., dan Andarini, Tias I., *Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Pada Burger King Indonesia*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 9. No. 2. (2019)
- Darmo, Ika Suhartanti. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Purchase Intention Dengan E-WOM dan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan. Vol 1. No. 2, (2018)
- Farih, Ahmad., Jauhari, Ahmad., dan Widodo, Eko., *Pengaruh Promosi Melalui Media sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. Vol 4. No 1. (2019)
- Harinaldi, *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Sains*. Jakarta : Erlangga, (2000).
- Hasyim, Sarmanto., Wawancara oleh penulis, tentang Produk Raffaza Kudus, 19 Juli, 2022. Pukul 11 : 15
- Hendrawan, Malvin., Putra, A.Y.Yan Wellyan Toni., Kristanti, Maria Mia., *Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Customer Trust Dan Purchase Intention Pada Produk Smartphone Oppo Di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (Jumma). Vol.6. No 2. (2017)

- Ikhsan, Reza Rizki Nur., Sukardi., *Pengaruh Religiusitas, Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unversitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini. Vol. 11. No. 01. (2020)
- Indra Jaya, *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan Ed*, Jakarta : Kencana, (2019)
- Indrata, Stella Lucia., Susanti, Christina Esti., Kristanti, Maria Mia., *Pengaruh Perceived Value Dan E-Service Quality Terhadap Customer Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Surabaya*. Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (Kamma). Vol 6. No. 2. (2017)
- Kusdiana, Wawan., Najib, Moh Farid., Amalia, Fatya Alty., *Pengaruh Religiusitas, Sikap Dan Iklan Islami Terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Halal Lokal*. Prosiding The 12th Industrial Research Workshop And National Seminar. (2021)
- Lestari, Jihan Suci., Farida, Umi., Chamidah, Siti., *Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru*. ASSET Jurnal Manajemen dan Bisnis 1. No. 1 (2019)
- Mahyani. *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*.
- Mahyani. *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*.
- Maulana, Rendi., *Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Website Korean Denim)*.Jurnal Manajemen. Vol. 1. No. 2. (2014)
- Meliani, Aldeana., Kosim, Ahmad Mulyadi., Hakiem, Hilman., *Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace*. Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam. Vol 4. No. 2. (2021)
- Mulyaputri, Vena Melinda., *Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 9. No. 1. (2021)
- Napitupulu, Laura amelya Br., *Pengaruh komitmen organisasional, motivasi dan kompetensi terhadap kinerja manajerial pada rumah sakit swasta di kota pekanbaru*. JOM Fekon. Vol. 4. No. 1. (2017)
- Nggilu, Monica., Tumbel, Altje L., Djemly, Woran., *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado*. Jurnal EMBA.Vol. 7. (2019)

- Perdana, Muh Diyanputra., *Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Uber Motor Di Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 6. No. 1. (2018)
- Prasetyo, Hendi., Anitra, Vera., *Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan : Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*. Borneo Student Research. Vol 2. No 1. (2020)
- Putri, Shelylla Aprilydia., *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Dessert Box*. Jurnal Bisnis Manajemen dan Keuangan. Vol. 2. No. 3. (2021)
- RI, Kementerian Agama. *Al-Qur'an*. (2011)
- Riptiono, Sulis., *Pengaruh Islamic Religiosity Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Trend Busana Muslim : An Extended Of Theory Of Reason Action*. Jurnal ekonomi dan teknik informatika. Vol 6. No. 2. (2018)
- Rohmatun, Karina Indah., Dewi, Citra Kusuma. *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap*. Jurnal Ecodemica. Vol. 1. No. 1. (2017).
- Rohmatun, Karina Indah., Dewi, Citra Kusuma., *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap*. Jurnal Ecodemica. Vol. 1. No. 1. (2017)
- Samudro, Dicky Anugrah., *Peran Kualitas Layanan Elektronik, Presepsi Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Niat Pembelian Online Streaming Musik Spotify*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 8. No. 3 (2020)
- Sardiana, Anna., *Pengaruh Brand Image, Reference Group, dan Religiosity Terhadap Purchase Intention (Mahasiswa) Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Wilayah Jakarta Selatan*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam. Vol. 4. No. 2. (2019)
- Setiadi, Yulius Wahyu., *Pengaruh Marketing Online Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Bisnis. Vol. 2. No. 1. (2021)
- Siregar, Syofian., *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*.
- Suciati, Yuritri., Moeliono, Nadya Novandriani Karina., *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng Melalui Social Media Instagram Di Kota Bandung*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Vol. 6, No. 1. (2021)

- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, cet. 17, (2013)
- Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung. Alfabeta, (2011)
- Suryaningsih, Sri Abidah., Shufiyyatin, Aliyah., *Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik*. Vol. 4, No. 3 (2021).
- Syahrum, salim., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Cikapustaka media. (2014)
- Tjanra, Tamara Caludya Tiatura., Marchyta, Nony Kezia., *Pengaruh Online Advertising, E-Service Quality Dan Product Quality Terhadap Purchase Intention Toko Online*. Jurnal AGORA. Vol. 9. No. 2. (2021)
- Tobagus, Anita., *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia*. Jurnal AGORA. Vol 6. No. 1. (2018)
- Veronica, Sara., *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Furnitur Selama Pandemi Covid-19*
- Wahyudin., Larisa Pradisti, Dkk., *Dimensi Religiusitas Dan Pengaruhnya Terhadap Organizational Citizenship Behaviour (Studi Kasus Pada Universitas Jendral Sudirman Purwokerto)*
- Wicaksono, Ibnu Abdullah., Darmo, Ika Suhartanti., *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Purchase Intention Dengan E-WOM Dan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan. Vol 1, No. 2, (2018)
- Zahri, Yasir., Hafasnuddin., *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Vol. 1. No. 1. (2016)