

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi* (Kedelapan). Salemba Empat.
- Amalia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anggraini, D. S. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Asalia, N., Nurhidayati, & Hatneny, A. I. (2021). Pengaruh Brand Image, Customer Satisfaction, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Costumer Loyalty Pada Kosmetik Wardah (Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA). *Riset Manajemen*, 218–230.
- BİLGİN, Y. (2018). the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak., T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Fitriani, V., & Sharif, O. O. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Konsumen Pada Produk Kosmetik. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 90–95.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit UNDIP.
- Giddens. (2002). *Customer Loyalty*. Erlangga.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistika Inferensial*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Habli, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Hidayanti, M., Saputri, & Putri, K. W. (2018). Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim. *Prosiding Seminar Nasional ASBIS, 6014*, 303–313.
- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *Journal of Business Research, 120*(August 2019), 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.019>
- Kementrian Agama. (2019). Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Huan, H. Den. (2017). *Marketing for Competitiveness: Asia yang Mendunia pada Era Konsumen Digital*. PT Bentang Pustaka.
- Kusnandar, V. B. (2021). *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*.
- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Medan*. Deepublish.
- Majelis Ulama Indonesia. (2001). Fatwa Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 287 Tahun 2001 Tentang Pornografi Dan Pornoaksi.
- Majelis Ulama Indonesia. (2021). *Sertifikat/Ketetapan Halal MUI*.
- Muflihini, M. D. (2019). Indikator Halal dalam Industri Halal Fashion. *Saujana, 01*(01).
- Muhammad, M. (2018). *Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Muhamad, V. D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Merek Fast Fashion Di Indonesia. *Analytical Biochemistry, 11*(1), 1–5.
- Muna, N., Pratiwi, M. R., & Yusriana, A. (2021). Celebrity Endorsement dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi pada Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, 11*(2), 285–300.
- Nurbowo, & Apriyantono, A. (2003). *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. Khairul Bayan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, (2019).

- Presiden Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014*.
- Putra, P. A. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1).
- Rabhani, A. P., Maharani, A., Putrie, A. A., Anggraeni, D., Azisabil, H. F., Cantika, I., Cahyani, I., Destianti, L. L., Mahmud, P. T., & Firmansyah, R. (2020). Audit Sistem Informasi Absensi Pada Kejaksaan Negeri Kota Bandung Menggunakan Framework Cobit 5. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 9(2), 275–280. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v9i2.890>
- Rangkuti, A. A. (2017). *Statistika Inferensial untuk Psikologi dan Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro*, 6(3).
- Sauri, M. S. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Loyalitas Terhadap Minat Pembelian Ulang Busana Muslim Di Attorik Muslim Distro Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (ketujuh). Salemba Empat.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behaviour* (7th ed.). PT. Indeks.
- Sentiawati, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Daya Tarik Model Fashion Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada GBK-Shop Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian*. Prenada Media.
- Setyanta, B. (2018). Peran Ekuitas Merk Terhadap Loyalitas Merk Barbershop Di Kota Yogyakarta. *Capital*, 1(1), 10–27.
- State Global Islamic Economy Report*. (2019).
- Su, J., & Chang, A. (2017). Factors affecting college students' brand loyalty toward fast fashion: A consumer-based brand equity approach. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 46(1), 90–107.
- Sudjana. (2002). *Metode Statistika*. PT. Tarsito.

- Sugiama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Studi Kasus pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1–14.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabetha.
- Surya, R. (2020). *Pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada usaha)*.
- Suryani, I. (2016). *Merek Kerudung Lokal Ini Raih Penghargaan* .
- Susetyohadi, A., Adha, M. A., Utami, A. D., Esti, D., & Rini, S. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman*. 7(01), 285–292.
- Torres, J. A. S., & Canada, F. J. A. (2017). Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal Building brand loyalty in e-commerce of fashion lingerie Building brand loyalty in e-commerce of fashion lingerie. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal Journal of Fashion Marketing and Management*, 21(4), 103–114.
- Ulfah, M. (2021). *Loyalitas merek produk fast fashion di Kota Pekanbaru Brand loyalty of fast fashion products in Pekanbaru City*. 23(4), 677–686.
- Variano, V. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek Konsumen Kereta Api. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 1–7.
- Yola, E., & Utama, L. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Nilai Produk Dan Keunikan Merek Terhadap Loyalitas Merek Uniqlo Di Batam. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 353.
- Yusniar. (2020). *Jatuh Cinta Pada Merek*. Bitread Publishing.
- Zainudin, M. I., Haji Hasan, F., & Othman, A. K. (2018). Halal brand personality and brand loyalty among millennial modest fashion consumers in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1277–1293. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0187>