

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Dewi Nabila, and Khusnul Fikriyah. 2021. "Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4(3): 215–29.
- Afrianty, Nonie. 2020. "Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT.HNI HPAI Kota Bengkulu." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 1(2): 121.
- Agung, A A P. 2012. "Metodologi Penelitian Bisnis." *Malang: Universitas Brawijaya*.
- Aisyah, Nurul, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin. 2022. "Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim." *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9(1): 1–9.
- Alhasanah, Jihan Ulya. 2014. "Pengaruh Ke Dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online ( Survei Pada Konsumen Www.Getscoop.Com)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 15(2): 1–10.
- Ali, Afzaal et al. 2020. "Investigating the Antecedents of Halal Brand Product Purchase Intention: An Empirical Investigation." *Journal of Islamic Marketing* 12(7): 1339–62.
- Ali, Yunus. 2013. "Extract from Conference Proceedings The 2nd Global Islamic Marketing Conference- Abu Dhabi , United Arab Emirates 28-29 January 2012 Conference Organized By :"(January 2012): 1–6.
- Alserhan, Baker Ahmad. 2010. "On Islamic Branding: Brands as Good Deeds." *Journal of Islamic Marketing* 1(2): 101–6.
- Amstrong, Kotler P &. 2014. "Prinsip-Prinsip Pemasaran." *prinsip-prinsip pemasaran* edisi 12(jilid 1).
- Ashur, M. 2016. "Pengaruh Dukungan Sosial, Persepsi Risiko Dan Interaksi Sosial terhadap Kepercayaan Dan Niat Pembelian Konsumen Pada Media S-Commerce." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3(1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/79>.
- Aya, M et al. 2013. "Pengaruh Diskon Harga, Merek Produk Dan Layanan

- Pela Ngga N Terha Dap Keputusa N Pem Belia N Ga Rm En.” *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* 2(8): 1–19.
- Dinianti, Rusdan, and Dayani. 2023. “Pengaruh Viral Marketing, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tiktok Shop Indonesia.” *UNRAM Management Review* 3(2): 23–29. <https://dataindonesia.id/>.
- Hilmawan, Ipan. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang).” *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo* 3 (3): 154–66.
- Hong, Meenchee, Sizhong Sun, A. B.M.Rabiul Beg, and Zhangyue Zhou. 2019. “Determinants of Halal Purchasing Behaviour: Evidences from China.” *Journal of Islamic Marketing* 10(2): 410–25.
- Ilham, and Firdaus. 2020. “ISLAMIC BRANDING DAN RELIGIUSITAS SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN PADA SWALAYAN AL-BAIK KOTA TANJUNGPINANG.” *studi islam kawasan melayu* 3.
- Islam, Jurnal Ekonomi, Keputusan Pembelian, Produk Hni-hpai Halal, and Mart Bc. 2021. “Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam.” 2(3): 229–42.
- Istiqomawati, Rina, Anton Priyo Nugroho, Tya Paramita, and Stei Yogyakarta. 2022. “Pengaruh Dukungan Sosial, Interaksi Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Media E-Commerce.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2(1): 32–40. <https://doi.org/10.56393/investasi.v2i1.1302>.
- Juni, Bulan. 2023. “HUBUNGAN ISLAMIC BRANDING , KUALITAS PRODUK DAN LIFESTYLE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE ( Studi Pada Mahasiswa Universitas Jabal Ghafur Yang Menggunakan Produk Skincare ) THE RELATIONSHIP OF ISLAMIC BRANDING , PRODUCT QUALITY AND LIFESTYLE TO INTERE.” 1(1): 58–70.
- Kaur, Kamaljeet, Syuhaily Osman, Sukjeet Kaur, and Jaspal Singh. 2018. “Is Halal a Priority in Purchasing Cosmetics in Malaysia among Muslim Malaysian Women?” *International Journal of Business, Economics and Law* 15(3): 19–

25.

- Keller, Kotler. 1959. 22 Marketing Managemet *Marketing Management*.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. 22 Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mulyana, Mumuh, Sekolah Tinggi, and Ilmu Ekonomi. 2018. “Studi Kasus Pada PT . BANK SYARIAH MANDIRI Kantor Cabang TUGAS AKHIR.” 1(August 2014): 1–12.
- Muslichah Erma Widiana, Bonar Sinaga. 2010. 1 *Dasar-Dasar Pemasaran*. www.ahlimediapress.com.
- Nasrullah. 2021. “Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Atas Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Di BSI KK Tulungagung (Eks BRI Syariah).” 13(79): 79–87.
- Nurohman, Yulfan Arif Nurohman. 2017. “THEORITICAL REVIEW: TEORI MEREK HALAL Oleh: Yulfan Arif Nurohman Dosen Tetap IAIN Surakarta.” *Among Makarti* 10(20): 87–94.
- Pamungkas, Nurul Luthfiani, Ibdalsyah Ibdalsyah, and Retno Triwoelandari. 2021. “Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2(2): 111–25.
- Panggabean, amestia prasinata. 2017. “Kualitas Interaksi Sosial Antara Penjual Dan Pembeli Di Taman Pintar Book Store Yogyakarta.” *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi* 2(2).
- Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede, and Nurhadi. 2019. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studio Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna Iphone) Effect Of Brand Image Quality Product, Price Perception And Woed Of Mouth Of Interest Buy (Studies In .” *Indra Jaya*: 246–56.
- Putranto, Agung Tri, and Aris Qiyanto. 2020. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa.” *Jurnal Disrupsi Bisnis* 3(2): 1–11.
- Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa.
- Rahardaya, Astrid Kusuma, and Irwansyah Irwansyah. 2021. “Studi Literatur

- Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3(2): 308–19.
- Rahayu, Puji, Nur Fitriah Ayuning Budi, and Dana Indra Sensuse. 2017. “Pengaruh Dukungan Dan Hubungan Sosial Terhadap Niat Membeli Produk Pada Social Commerce.” *Jurnal Sistem Informasi* 13(1): 21.
- Ridha, Nikmatur. 2020. “PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN.” *Computer Graphics Forum* 39(1): 672–73.
- Rusman, and Rahman. 2022. “Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 4(2): 127.
- Septyanto. 2016. “Pengukuran Variabel.”
- Soekanto, Soerjono. 2017. *SOSIOLOGI SUATU PENGANTAR*.
- Sugiyono. 2016. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RD*.
- . 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaa, S, A S Soegoto, and L S Samadi. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) the Influence of Product Quality, Price and Advertising Social Media on Buy.” *Jurnal EMBA* 9(4): 304–13.
- Supangat, and Mohd Saringat. “A Systematic Literature Review Enchanhed Felder Silverman Learning Style Models.” : 1–7.
- Tan, Christine Nya Ling, Adedapo Oluwaseyi Ojo, and Ramayah Thurasamy. 2019. “Determinants of Green Product Buying Decision among Young Consumers in Malaysia.” *Young Consumers* 20(2).
- Thamizhvanan, A., and Xavier. 2013. “Determinants of Customers’ Online Purchase Intention: An Empirical Study in India.” *Journal of indian business* vol 5.
- Tusanputri, Alyasinta Viela, and Amron. 2021. “Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce

Tiktok Shop.” *Journal FEB UNMUL* Vol. 23(4): hlm. 632-639.

Yohana Dian Puspita\*, 2Ginjar Rahmawan. 2021. “Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices , Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions.” *Jurnal Sinar Manajemen* 8(2): 98–104.