

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (n.d.). PENGARUH ISLAMIC BRANDING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi Dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo, Volume IX*.
- Alserhan, B. A. (2010). Islamic branding: A conceptualization of related terms. *Journal of Brand Management*, 18(1), 34–49. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.18>
- Amry, A. D., Tiara, L., Yulia, V., Hastuti, B. I., & Elfitri, S. (2024). ANALISIS PENGARUH ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ERA MODERN. 28(6), 59.
- Andriani, D. A. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Online di Kelurahan Sawah Brebes). *Raden Intan Repository*. <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/18499>
- Aulia, R., & Batubara, C. (2023). Penerapan Strategi Syariah Dalam Meningkatkan Digital Marketing Pada Usaha Kecil Menengah Di Indonesia. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1759-1766.
- Awa, A., Safari, A., & Riyanti, A. (2024). Peran Digital Marketing pada UMKM dengan Prinsip-prinsip Syariah. *Manajemen dan Pariwisata*, 3(2), 249-273.
- Cherryl, E., Aqiela, K., Rusdi, H., & Kusumasari, I. R. (2024). PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN INOVASI PRODUK DI SEKTOR BINIS. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, Volume 5 N. [File:///C:/Users/USER/Downloads/Jurnal+\(Pengambilan+Keputusan\)+\(1\).pdf](File:///C:/Users/USER/Downloads/Jurnal+(Pengambilan+Keputusan)+(1).pdf)
- Chinsuvapala, Panida. “Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane.(2016). Marketing

- Management.(15th global edition) Edinburgh: Pearson Education.(679 pp).” *KASEM BUNDIT JOURNAL* 18.2 (2017): 180-183.
- Choirun, N. (2019). Peranan Prinsip 5C Koperasi Ditinjau dari Prinsip Kehatian Dalam Pembiayaan (Studi Kasus di KSPPS BMW RAHMAH JATIM Kota Kediri). *Etheses IAIN Kediri*.
<https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/905>
- Daimatus, S. S., & Widyawati, N. (2022). Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. *Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*.
<http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/9556>
- Dillman, Don A., Jolene D. Smyth, and Leah Melani Christian. *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method*. John Wiley & Sons, 2014.
- Diyanirahmawati. (2024). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram dan islamic branding dalam membangun kepercayaan konsumen studi pada simuh konveksi skripsi. *Uin prof. K.h. saifuddin zuhri purwokerto*.
[Http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/26115](http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/26115)
- islamicuniversity in pekanbaru*. Diss. Universitas islam negeri sultan syarif kasim riau, 2024.
- Ferdinand, Augusty. “Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.” (2014).
- Ghozali, Mohammad. “Analisis sistem lembaga keuangan syariah Dan lembaga keuangan konvensional.” *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 14.1 (2018): 19-21.
- Hair Jr, Joseph F., et al. *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature, 2021
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal*

Inspirasi Bisnis Dan Manajemen, 6(1), 67.

Handayani, N., Jauhariyah, A. N., & Aniati, A. (2021). MENAKAR KONTRIBUSI ISLAMIC BRANDING, PERSONAL SALLING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB PASHMINA. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, Vol. 2 No. (Vol. 2 No. 2 (2021): Agustus 2021). <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/1103>

Isnaini, N. (2022). Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(3), 127-144.

Janah, M., & HS, S. (2022). Islamic Economics and Business Review Pengaruh Islamic Branding Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta *miftahul.janah@upnvj.ac.id *Penulis Korespondensi. *Islamic Economics and Business Review*, 1(Vol. 1 No. 1 (2022): IESBIR, August 2022), 59–69. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/19352>

Jauharul, M. A. (2021). STRATEGI ISLAMIC BRANDING DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 08, 67–83. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.

Kumbara, B. V. (2021). DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 2(Issue 5), 605. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>

Kurniawan, D. A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FESYEN INDONESIA MELALUI E-COMMERCE (Studi Kasus pada Konsumen di DKI Jakarta). *UPN Veteran Jakarta*. <http://repository.upnvj.ac.id/>

Kurniawati, V. T. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas LRT Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan LRT Di

- Kelapa Gading). *Repository STEI*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/11130>
- Liaqat, Iman Ali. "State of the Global Islamic Economy Report." *Retrieved March 10 (2023): 2024.*
- Linanda, O. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS PADA TOKO ROTI KOTA JAMBI). *Universitas Jambi*. <https://repository.unja.ac.id/43439/>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL ILMU TERAPAN MANAJEMEN*, 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Kurnia, R. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG BAKSO DAN MIE AYAM SOLO BERSERI DI SIMPANG IV SIPIN KOTA JAMBI* (Doctoral dissertation, Universitas BATANGHARI Jambi).
- Mandjusri, A., Sunuantari, M., & Ibrahim, F. (2023). Model Branding Syariah dalam Praktik Periklanan Islami di Syafaâ€™™ at Yogyakarta. *Syntax Idea*, 5(12), 2426-2441.
- Maswita, N., & Panjaitan, F. (2024). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BANGUNAN FAIZAL 22. *JURNAL PROGRESIF MANAJEMEN BISNIS*, 11(2), 59-66.
- Maya, S., Rafdinal, W., Raharso, S., Hardiyanto, N., & Juniarti, C. (2024). *Perkembangan dan Komunikasi Pemasaran Fesyen Muslim di Indonesia* (A. Wahdi (ed.)). Dewa Publishing. <https://www.researchgate.net/publication/377897450>
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-

26.

- Muksininna, H. G., & Ratnasari, R. T. (2022). Persepsi Nilai Uang terhadap Niat Membeli Kosmetik Halal: Dimediasi Emotional Brand Attachment. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(5).
- Nasrullah, M. (2015). ISLAMIC BRANDING , RELIGIUSITAS DAN KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Volume 13,(Volume 13, Nomor 2, Desember 2015), 79. <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi>
- Nidah, A. W., Fasha, I., & Suharto. (2022). Pengaruh Islamic Branding Dalam Pemasaran Produk Kepada Konsumen Muslim. *Tirtayasa EKONOMIKA*, Vol. 17, N(Vol. 17, No. 1, April 2022). File:///C:/Users/USER/Downloads/13606-42280-1-PB (4).pdf
- Nur, K., Hani, S., Agung, S. C. N., Muhammad, N., Dewa, A. Y. P., Janner, S., & Chamidah, D. (2021). *Inovasi Pendidikan* (W. Ronal & R. Alex (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis. Kitamenulis.id
- Pratiwi, N. M. I., & Supriatun. (2024). PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK EKSPOR FASHION MAHASISWA PROGRAM STUDI INDEPENDEN VOKASI DIGITAL EKSPOR FESYEN LACORRE THE INFLUENCE OF INNOVATION AND PRODUCT QUALITY ON COMPETITIVE ADVANTAGE IN FASHION EXPORT. *Neraca Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 484(3), 484–499. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Purnamawati, N. L. A., Mitariyani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, badung. *Values*, 1(3).
- Putri, N., & Hanafi, S. M. (2023). Factors Affecting Muslim Fashion Products and Lifestyle Purchasing Decisions as Moderation. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(6), 571–591. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20236pp571-591>

- Rahma, anggita laras. *Analisis efektivitas transformasi bisnis berbasis digital marketing pedagang pasar minggu pagi desa kalijurang, brebes*. Diss. Universitas prof. Kh. Saifuddin zuhri purwokerto, 2022.
- Rahman, P. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LIP CREAM AFTER BEAUTE DI KOTA BANDAR LAMPUNG. *Repository Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/7638>
- Rivaldo, R. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUOTA INTERNET SMARTFREN DI KOTA BANDAR LAMPUNG. *Teknokrat Repository*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/1024>
- Sandra, T. J., & Prawoto. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal MANEKSI (Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi, Vol 13, no(Vol. 13 No. 2 (2024): JUNI)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2176>
- Sari, A. W., & Susilo, E. (2023). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Busana Muslimah Merek Nadheera Luxury Di Kabupaten Jepara. *Jurnal Rekoginisi Ekonomi Islam*, 2(02), 1–8. <https://doi.org/10.34001/jrei.v2i02.640>
- Schiffman, G. L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (N. Bhalla (ed.); TWELFTH ED). Pearson Education Limited. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292269269_A37760957/preview-9781292269269_A37760957.pdf
- 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*. <https://repository.radenintan.ac.id/15550/1/SKRIPSI 1-2.pdf>

- Soumena, F. Y., & Qayyum, N. (2022). Determinan Variabel Word Of Mouth (Wom) Dan Islamic Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Properti Syariah (The Mata Residence Kabupaten Gowa). *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 11-31.
- Suyoto, I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian H&M di Mall Kelapa Gading. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Respository*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1024/>
- Syaifudin, A. (2023). PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI KOTA DEPOK. *GICI Business School*. <https://repository.stiegici.ac.id/document/1738/pengaruh-lokasi-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-mixue-di-kota-depok>
- Tsabita, P., Syabitha, F. N., Hasanah, N., Putra, P. D., Veronika, M., & Alie, J. (2024). Pelatihan dan sosialisasi pengembangan inovasi produk keripik singkong sebagai upaya peningkatan UMKM di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 7838-7845.
- Yandiaji, G. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap.
- Zulfa, L. F. (2024). PENGARUH ISLAMIC BRANDING DAN TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION ISLAMI PADA MAHASISWA SURABAYA. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, Volume 7 N, 31–44. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n1.p31-44>