

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi*, Departemen Agama RI, Semarang: PT. Karya Toha Putra,t.t.
- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi.
- Alfaqiih, A. (2018). *Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis Dalam Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim*. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 24(3), 448–466. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol24.iss3.art6>
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia*. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 2074–2082.
- Andriani, N. C., & Ngatno, D. D. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9, 198–208.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Principle of Marketing* (17e Global). Pearson Education Limited.
- As-Sa'di, S. 'Abdurrahman bin N. (2006). *Tafsir As-Sa'di*. Pustaka Sahifa.
- Cooper, & Schindler. (2014). *Business Research Method*. McGrawHill.
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023.
- Djuwaini, D. (2008). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Pustaka Pelajar.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitrianingsih, A. S. C., Kadir, R., Hamid, N., & Nursyamsi, I. (2020). *Influence of Brand Ambassador on Purchase Intention and Brand Image as Intervening Variable (Case Study onShopee Application Users in Makassar City)*. *Global Scientific*, 8(6), 1709–1716. www.globalscientificjournal.com

- Ghazali, A. H. M. (2004). *Ihyaf Ulum al-Din*. Raja Grafindo.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.Co.Id The Effect Of Brand Ambassador To The Brand Image Of Online Company From Zalora.Co.Id*. E-Proceeding of Management, 34(1), 1–6.
- Greenwood, L. (2012). *Fashion Marketing Communication*. Wiley.
- Hafizah, Y. (2012). *Khiyar Sebagai Upaya Mewujudkan Keadilan Dalam Bisnis Islami*. AT-TARADHI Jurnal Studi Ekonomi, 3, 165–171.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, Barry J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd Edition)*. SAGE Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling*. Journal of the Academy of Marketing Science.
- Hermawan, R. T., & Hasibuan, S. (2016). *Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman dan Coaching Style Terhadap Kualitas Kepemimpinan Manajer Proyek Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas di PT. JCI*. Jurnal PASTI, XI(1), 84–97.
- Irfansyah, H., & Yusida, E. (2020). *Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Media Instagram Pada Folke Coffee Selama Pandemi Covid-19*. E-Prosidings Hapemas. <http://conference.um.ac.id/index.php/hapemas/article/view/299>
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kurniawan, M. L. Z. (2020). *Determinasi Minat Beli pada Industri Kecil Menengah di kota Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis, 9(1), 43–54. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i1.27695>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm (13th ed.)*. Pearson Education.
- Lawu, S. H., Andriani, R., & Febriana, R. (2021). *Dampak Brand Ambassador*

- Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Kantor, 9(2), 183–192.
- Maro'ah, S. (2019). *Problematika Marketing Syari'ah di Indonesia*. Revka Prima Media.
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/ABIWARA/article/view/795>
- Misri, & Sasmita, Y. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi)*. Jurnal UISU, 2, 58–66. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/tjh/article/view/1530/1217>
- Musay, F. P. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin*. Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia), 3, 116. <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.276>
- Musyaffi, A. michael, Khairunnisa, H., & Respati, D. kismayanti. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model - Partial Least Square (SEM - PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nasri, H. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Tokopedia Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya, 8. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6813/5902>
- Nasuha, M. (2006). *Islamic Marketing*. Lingkar Media.
- Nisa, C., & Pramesti, D. A. (2020). *How Do Effective Digital Marketing and Brand Ambassador Stimulate Purchase Intention Today?* Proceedings of the 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019), 436. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.075>
- Nurngaeni, A. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap)*. Jurnal Manajemen Dan Ekonomi, 3(1), 55–72.
- Putri, Y. I., Pradana, M., Utami, F. N., Nugraha, D. W., & Karnovi, R. (2021). *The influence of brand ambassador on e-commerce purchase intention*. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, September 2020, 6848–6855.
- Rizki, S. P., & Mudiantono. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care*

- Garnier Di Kota Semarang*). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–12.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13854>
- Saeed, M., Ahmed, Z. U., & Mukhtar, S. M. (2001). *International Marketing Ethics an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach*. *Journal of Bisnis Ethics*, 32.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. CV Andi Offset.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sarwono, J. (2010). *Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 10(3), 98528.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (7th Edition)*. Wiley & Sons.
- Simanjuntak, L., & Prihatini, A. E. (2020). *Pengaruh Celebrity Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Kota Semarang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 276–283.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28080>
- Soim, F. M., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Kartu Perdana Simpati Di Booth Telkomsel Matos)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(1), 146–153.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1354/1742>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018)*. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.
- Sula, M., & Kertajaya, H. (2005). *Syariah Marketing*. Mizan.
- Sunarto, A. (2014). *Ilmu Tauhid Terjemah Fathul Majiid*. Mutiara Ilmu.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tarmidzi, E. (2018). *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. PT Berkas Mulia

Insani.

- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran : Esensi & Aplikasi*. Andi Offset.
- Tokopedia. (2022). *Berita Tokopedia: Info & Berita Terbaru Tokopedia*.
<https://www.tokopedia.com/about/news/>
- Utami, S. P., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). *Celebrity Brand Ambassador and e-WOM as Determinants of Purchase Intention: A Survey of Indonesian Celebrity Cake*. E3S Web of Conferences, 142, 1–9.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202014205001>
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 51(1), 44–48.
- Wardani, E. S., & Santosa, A. (2020). *The Influence of Hallyu, Brand Ambassador and Brand Image on the Consumer Purchase Decision on Nature Republic Products in Yogyakarta*. E-Jurnal Apresiasi Ekonomi, 8(2), 203–211.
<https://stiepasaman.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/289/308>
- Wulandari, C. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F3 di Samarinda*. Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman(JIMM).
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/2376/829>
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. *Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions*. Journal of Computers, (6) page:1875 1879.
- Yoel, D. A., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(4), 136–145.
- Zuhaili, W. (2011). *Fiqih Islam wa Adillatuhu*. Gema Insani.
- Zulastari, D. I., & Wardhana, A. (2016). *Bukalapak.Com Influence Of Brand Image On Customer Purchasing Decisions (Study On The Community Of Bukalapak.Com In Indonesia)*. E-Proceeding of Management, 3(1), 634–640.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3107/2948>