

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. New York, Morgan James Publishing, 2014.
- Abdullah, P. M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta, Aswaja Pressindo, 2015.
- Ahmad, M. Y., Siregar, B. "Guru Profesional Menurut Imam Al-Ghazali dan Buya Hamka", *Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, Vol. 12, No. 1, 2015 : 21–45.
- Al-Bustomi, M. A. Y., Wahyudi, H. D. "Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Equitas Merek: Mediasi Kredibilitas Merek, Sinergitas Quadruple Helix: e-Business dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal", 2018 : 13–27.
- Al-Quran Kemenag. "Quran Kemenag", *quran.kemenag.go.id*, 2017, 01 September 2022, <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Alfiarini, I. A., Chandra, R. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen yang Dimediasi oleh Harga di CV. Rizqy Abadi Utama Jakarta", *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2020 : 1–24.
- Amalia, I. "Haul Tas Miniso Murah tapi Bagus Gak Sih?? Kualitas Mall??", *Youtube*, 2021, 14 Agustus 2022, <https://youtu.be/EMZgAFZbqgs>.
- Billa, F. A., Hariandja, E. S., Febrianto, R. A., Moktar, R. Y. "Hubungan Antara Brand Credibility, Word Of Mouth dan Electronic Word Of Mouth: Peran Mediasai Brand- Self Connection dan Brand-Social Connection. *ULTIMA Management*, Vol. 12, No. 2, 2020 : 210–232.
- Budiastuti, D., Bandur, A. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*, Jakarta, Penerbit Mitra Wacana Media, 2018.
- Duli, N. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, Deepublish, 2019.
- Ermawati, A. "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Purchase Decision Produk United", *Jurnal Manajemen AGORA*, Universitas Kristen Petra, Vol. 6, No. 2, 2018.
- Faisal, A. "Pengaruh Brand Credibility terhadap Information Efficiency dan Risk Reduction serta Dampaknya atas Repurchase Intention", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 8, No. 1, 2015 : 1-14.
- Firmansyah, A. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy)*, Qiara Media, 2019.
- Garaika, Darmanah. *Metodologi Penelitian*, Lampung Selatan, CV. HIRA TECH, 2019.

- Gilaninia, S., Ganjina, H., Moridi, A., Rahimi, M. "The Differential Roles of Brand Credibility and Brand Prestige in The Customers' Purchase Intention", *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 2, No. 4, 2012 : 1–9.
- Ginee. "Gen Z Hobi Shopping Dominasi Pengguna Internet di Indonesia?" *ginee.com*, 2021, 05 Juni 2022, <https://ginee.com/id/insights/pengguna-internet-indonesia/>.
- Hadits.id. "Hadits.id", *www.hadits.id*, 19 Agustus 2022, <https://www.hadits.id/>.
- Hansudoh, S. A. "Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention melalui Perceived Value pada Produk Top Coffee di Surabaya", *E-Journal Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*, Vol. 1, No. 5, 2012 : 1-7.
- Haq, H. "Merek Menurut Hukum Islam", *nu.or.id*, 2018, 23 Mei 2022, <https://www.nu.or.id/post/read/93065/merek-menurut-hukum-islam>.
- Hussein, A. S. "Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0", *Modul Ajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol. 1, 2015 : 1–19.
- Ibrahim, D. *Al-Qawa'id Al-Fiqhiyah (Kaidah-Kaidah Fiqih)*, Palembang, Noefikri CV. Amanah, 2019.
- Jaya, I. G. N. M., Sumertajaya, I. M. "Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square", *Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*, 2008 : 118–132.
- Kinsihadi, F., Sasongko, A. "Setia dalam Kebaikan", *republika.co.id*, 2017, 03 September 2022, <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/ooyiof313>.
- Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management: 14th Edition*, New Jersey, Prentice-Hall Inc, 2012.
- Kusuma, R. A. "Pengaruh Self-Brand Connection dalam Memediasi Kredibilitas Hanif Sjahbandi sebagai Endorser Brand Puma terhadap Brand Equity", *Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 2018.
- Mahmud, Anggraini, M. D. "The Impact of Celebrity Endorser and Self Brand Connection on Brand Equity", *The 2nd International Conference on Business and Banking Innovations (ICOBBI) "Naturing business and Banking Sustainability"*, No. 5, 2020 : 153–166.
- Mahmudi, B. S. A. "Endorsement dalam Perspektif Islam", *Tesis Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syari'ah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya*, 2018.
- Miniso. "Brand Profile", *miniso.com*, 2018, 01 September 2022, <https://www.miniso.com/EN/Brand/>.

- Misbahuddin. "Sikap Jujur Menurut Imam al-Ghazali", *bincangsyariah.com*, 2018, 01 September 2022, <https://bincangsyariah.com/kolom/jujur-menurut-imam-al-ghazali>.
- Mubarak, Z. "Anjuran Islam tentang Etos Kerja dan Profesionalisme", *islam.nu.or.id*, 2015, 02 September 2022, <https://islam.nu.or.id/khutbah/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme-5EIUf>.
- Mulyadi, M. "Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 15, No. 2, 2011 : 127-138.
- Munawaroh, Yuniarti, D., Hayati, M. N. "Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal Step (Studi Kasus: Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Perkapita di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2011-2013)". *Jurnal Eksponensial*, Vol. 6, No. 2, 2015 : 193–199.
- Mustofa, A. *Uji Hipotesis Statistik*, Yogyakarta, Gapura Publishing, 2013.
- Nawa, N. U., Hidayat, T. "Peran Self-Brand Connection dalam Memediasi Kredibilitas Endorser terhadap Ekuitas Merek pada Marketplace Shopee", *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 4, No. 1, 2020 : 59-71.
- NU Online. "Tinjauan Status Hadits 'Man Arafah Nafsu Arafah Rabbah'", *islam.nu.or.id*, 2018, 02 September 2022, <https://islam.nu.or.id/ilmu-hadits/tinjauan-status-hadits-man-arafah-nafsu-arafah-rabbah-jzNt5>.
- Nugroho, R. S. "Siapa Pemilik Miniso? Sebuah Perusahaan Ritel yang Ternyata Bukan dari Jepang", *www.idxchannel.com*, 2022, 10 September 2022, <https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-miniso-sebuah-perusahaan-ritel-yang-ternyata-bukan-dari-jepang>.
- Palentina, P., Prasastyo, K. W. "Pengaruh Celebrity Endorser's Credibility terhadap Self-Brand Connection dan Brand Evaluation, Vol. 19, No.2, 2017 : 271–284.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., Sulistyan, R. B. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jawa Timur, Widya Gama Press, 2021.
- Pertiwi, P. A. R. W., Dewantara, I. G. N. A., Setyawan, E. I. "Pengaruh Karakteristik Responden terhadap Minat Beli Produk Sampo Anjing Pengunjung Pet Shop Wilayah Bandung", *Jurnal Jurusan Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana*, Vol. 4, No. 1, 2014 : 38–41.
- Pratiwi, A. A. S. D., Suasana, I. G. A. K. G. "Peran Kredibilitas Merek Memediasi Pengaruh Kredibilitas Endorser terhadap Ekuitas Merek", *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 1, 2019 : 7312-7339.

- Priyambodo, G. "Pengaruh Marketing Public Relations Tools DBL Academy terhadap Brand Awareness pada Orang Tua yang Memiliki Anak Usia 5-15 Tahun Disurabaya", *Jurnal Pemasaran*, 2019 : 1-19.
- Qurniawati R. S., Nurohman, Y. A. "eWOM pada Generasi Z di Media Sosial. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 20, No. 2, 2018 : 70–80.
- Rohmawati, S. N. L. "Pengaruh Endorser Credibility terhadap Brand Equity dengan Brand Credibility sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee Solo Raya)", *Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 2019.
- Sholihin, M., Ratmono, D. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis Edisi 2*, Yogyakarta, Penerbit Andi, 2021.
- Spry, A., Pappu, R., Cornwell, T. B. "Celebrity Endorsement , Brand Credibility and Brand Equity, *European Journal of Marketing*, Vol. 45, No. 6, 2011 : 882-909.
- TafsirWeb. "TafsirWeb" *tafsirweb.com*. 07 Juni 2022, <https://tafsirweb.com/>.
- Takaya, R. "Effect of Endorser Credibility, Brand Credibility, Self-Brand Connection on Brand Equity", *Business and Entrepreneurial Review*, Vol. 18, No. 2, 2018 : 115–132.
- Thanh, N. N. D., Thanh, N. D., Thuy, L. T. T., D. M., Thao, N. T. T., Thanh, T. N. P. "The Mediating Role of Self-Brand Connection and Brand Identity in The Relationship Between Brand Credibility and Brand Loyalty", *Journal of Science Ho Chi Minh City Open University*, Vol. 10, No. 4, 2020 : 112-129.
- Top Brand Award. "Top Brand Gen-Z Index 2021 Toko Aksesoris". *topbrand-award.com*, 2021, 26 Januari 2022, https://www.topbrand-award.com/top-brand-award-index/?tbi_find=Miniso.
- Utama, E. A. P., Komara, E. "Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek)", *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Perbankan*, Vol. 7, No. 3, 2021 : 90-101.
- Wahyuningtyas, P. "Pengaruh Brand Prestige dan Brand Credibility terhadap Purchase Intention dengan Brand Knowledge sebagai Pemoderasi Brand Credibility, *Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo*, 2016 : 1–13.
- Yunarko, A. M. "Gandeng Jet Commerce, Miniso Berhasil Perkuat Bisnis di E-Commerce Selama Pandemi, *jetcommerce.co.id*, 2020, 25 Maret 2021, <https://jetcommerce.co.id/update/gandeng-jet-commerce-miniso-berhasil-perkuat-bisnis-di-e-commerce-selama-pandemi>.