

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Qur'an dan Terjemahnya. Kemenag RI. (2011). Jakarta: Adhi Aksara Abadi Indonesia.
- Al-Syatibi. *Al-muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*, Kairo: Musthafa Muhammad, Lth). Jilid 2.
- Ahmad Zaenudi, Dede.R.Oktini, Septiana Estri A.M (2017).
- Abdullah, Ridwan. (2015). *Pembelajaran Sainifik untuk Implementasi Kurikulum 2013*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Abidin, Hasanuddin Z. (2012). *Geodesi Satelit*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Agustianto. (2011). *Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi dalam Perspektif Ekonomi Islam, Artikel*.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Andriyani, Caesa dkk. (2016). *Pengaruh Manajemen Laba, Jaminan, dan Umur Obligasi terhadap Peringkat Obligasi*. Seminar Nasional Cendekiawan 2016, ISSN (E): 2540-7589 ISSN (P): 2460-8696.
- Anwar Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Angga P. Kautsara, Sunu Widiyantob, Rizky Abdulah Ph.D a, Hesti Amalia. (2012). *Relationship Of Involment, Credibility of the source of Information and Consumer satisfaction on purchase decision, Procedia social and behavioral sciences, 65*.
- Ashal, Farid Fathony. (2016). *Kedudukan Akad Tijarah dan Akad Tabarru' dalam Asuransi Syariah*. Universitas Ar-Raniry Banda Aceh. Aceh.
- Chen, S., W. Wu., C. Chang., C. Lin., J. Kung., H. Weng., Y. Lin., dan S. Lee. (2015). *Organizational Justice, Trust, and Identification and Their Effects on Organizational in Hospital Nursing Staff. BMC Health Services Research. Vol.15 Page 363*.

- Chomvilailuk, R. & Butcher, K. (2010). *Enhancing Brand Preference Through Corporate Social Responsibility Initiatives in the Thai Banking Sector*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic*, 22(3), 397-418.
- Ferdinand, A. (2012). *Metode Penelitian Manajemen, Badan*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fontana, Avanti. (2009). *Innovate We Can! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Griffin, Jill. (2010). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Athoillah ,Anton. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Handayani, Hesti. (2017). *Filosofi Sistem Transaksi Islam di Indonesia*. Ekonomi Syariah.
- Hermawan, Asep. (2009). *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ibrahim, Maulana Malik. (2013). *Hubungan Antara Minat Fotografi dengan Motivasi Bekerja di UKM Jhepret Club*. Psikologi. Universitas Islam Negeri: Malang.
- Ismanto, Kuat. (2009). *Manajemen Syari'ah Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kasali, Rhenald. (2011). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kementerian Perindustrian. (2019). *Industri Makanan dan minuman jadi Sektor Kampiun*. Diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun-> pada tanggal 23 Desember 2019, Jam 16.00 WIB.
- Kotler, dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- _____, _____. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). *Marketing an Introduction*. Indonesia: Perason.

- Kurniawan, dkk. (2014). *Efektivitas Penggunaan Jurnal Belajar Dikaji Dari Hasil Belajar dan Kemampuan Metakognisi dalam Pembelajaran Matematika. Jurnal Pendidikan Matematika*. Pp. 1-8.
- Kusnadi, Maudi V. (2018). *Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)*. UIN Alauddin Makassar.
- Kusuma, Arta Adi. (2013). *Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Muria Semarang*. UNES. Semarang.
- Kusumastuti. (2016). *Towards Research University Through Ambidexterity Practice: A Lecturer Perspective*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol.20 No.2.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph, F., dan McDaniel, C. (2011). *Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Laurent and Pernin, dkk. (2014). *Alliances Between Corporate and Fair Trade Brands: Examining The Antecedents of Overall Evaluation of The Co-Branded Product*. *Journal Business Ethics* 124 pp. 365-381.
- Notoatmodjo S. (2010). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Rivai, Veithzal, (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan : dari Teori Ke Praktik, Edisi Pertama*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rizqia, Dwi, Cynthia., Hudrasyah, H. (2015). *The Effect of Electronic Word-Of-Mouth on Customer Purchase Intentio (Case Study: Bandung Culinary Instagram Account)*. *International Journal of Humanities and Management Sciences*. Vol.3, Issue 3.
- Saputra, Aswin. (2012). *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)*. Manajemen. Universitas Hasanuddin: Makassar.
- Septin, Tri. (2009). *Strategi C- Branding Untuk Meningkatkan Ekuitas Merk*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Susanto, A.B. (2009). *Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management Dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.
- Syeikh Imam Al-Qurthubi, (2007). *Tafsir Al- Quran/Syeikh Imam Al-Quthubi*,. Jakarta : Pustaka Azzam.
- Syarifuddin, Amir. (2010). *Garis-Garis Besar Fiqih*. Jakarta: Renada Media.
- Taslim. (2011). *Pengaruh Faktor Produksi Susu Usaha Ternak Sapi Perah Melalui Pendekatan Analisis Jalur Di Jawa Barat*. Jurnal Ilmu Ternak. 1(10), 52.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wason, H., Charlton, N. (2015). *Cogent Business & Management: How Positioning Strategies Affect Co-Branding Outcomes*. Vol. 2.
- Word Instant Noodles Association (WINA). (2019). *Konsumsi Mi Instan Indonesia 2018 Turun 0,63 Persen*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/konsumsi-mi-instan-indonesia-turun> pada tanggal 23 Desember 2019, Jam 17.00.