

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2017. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Aaker & Biel. 2013. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc, Hillsdale.
- Adiwarman A, Karim. 2011. *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Alifahmi, Hifni. 2005. *Sinergi Komunikasi Pemasaran, Integrasi iklan, Public*.
- Alma, Buchari dan Donni J. Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung, CV Alfabeta.
- Amanah, D dan Hurriyati, Ratih. 2018. *Effect of Price and Completeness to Consumer Purchase Decision at Tokopedia.com. 2<sup>nd</sup> Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship*.
- Ambolau, Permana, A dan Kusumawati, Andriani. 2015. *The Influence Of Brand Awareness And Image On Purchase Decision . Study on Aqua Consumers in Administrative Science Faculty Brawijaya University Class of 3013. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.2 (2)*.
- Anzar, Derry Susanti. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah. *Analytica Islamica*. Vol. 5, No. 2, 2016.
- Aristiyani, Afidah. 2015. Penetapan Harga Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Genteng Dalam Perspektif Marketer Syariah. *Skripsi* (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Genteng di Desa Meteseh Kecamatan Boja Kabupaten Kendal).
- Azwar, S. 2012. *Tes Presentasi: Fungsi dan Pengembangan Pengukuran Prestasi Belajar*. Edisi II. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Badri Bin Arifin Muhammad DR. 2015. *Panduan Praktis Fikih Perniagaan Islam Berbisnis Dan Berdagang Sesuai Sunnah Nabi*. Makassar.
- Dr. Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh. 2011. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jilid 1. Pustaka Imam Asy-Syaffi'i. Jakarta.
- Endriani, Dwi. 2018. Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung).

- Evelina, Nela dan DW, Handoyo. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, Hal. 1-11.
- Fiani, Margaretha & Japarianto, Edwin. 2012. Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Genapi di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1 (1). 1-6.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 2*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hidayati, Muhsinatun. 2019. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Pengguna Jasa J&T Express Pusat Mataran. *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.
- Hermawan, Agus. 2012., *bas Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Imani, Eva Nurcholis. 2015. Pengaruh experiential marketing terhadap word of mouth secara Islami: Studi pada Kafe Kopinion Pizza & Malan. *Undergraduate thesis*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Irmawati. I. L, 2015. *Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit*. Institut Ilmu Kesehatan – Univ Press.
- Joesyiana, Kiki. 2018. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*. Vol.4, No.1.
- Konsumsi Kopi Nasional Indonesia. 2018. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>. Kementerian Pertanian.
- Kopi Kenangan, 2019. <https://kopikenangan.com/tentang-kami/>
- Kotler, Philip. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup> edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kudo, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Keualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3.
- LPPOM MUI. 2018. [https://www.halalmui.org/mui14/searchproduk/search?kategori=nama\\_produk&katakunci=kopi+kenangan](https://www.halalmui.org/mui14/searchproduk/search?kategori=nama_produk&katakunci=kopi+kenangan)

- Mardiah U, Auliya. 2018. Marketing Syariah Perspektif Muhammad Syakir Sula. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Morissa. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta, Prenadamedia Group
- Priansa Juni Donni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Social*. Cetakan ke-1, CV Pustaka Setia.
- Polla, Clinton Febriano. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.4.
- Rahayu, Puji dan Edward, Muhammad. 2014. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax. *Skripsi*. Pendidikan Ekonomi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Rahmah. 2017. Etika Dan Manajemen Bisnis Islam. *J-EBIS*. Vol. 2 No. 2.
- Ristiana Yesi. 2017. Program Infotainment Ditinjau Dari Etika Komunikasi Islam. *Jurnal Analisis terhadap Insert Siang di TRANS TV Edisi Bulan Ramadhan 1437 H*, [Vol2, No 1](#).
- Robot, Mariska Juwita. 2015. Analisis Pengaruh *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, No.
- Rosyadi, Imron, dkk. 2015. *Buku Pedoman Penyelenggaraan Pondok Muhammadiyah Hajjah Nuriyah Shabran Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Solo: Pondok Hajjah Nuriyah Shabran Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sari, Permita Hutami dan Rahmawaty, Penny. 2016. Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di DIY. *Skripsi*. Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sri Wardaya dan Dermanto, 2016. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Edisi 1, cetakan ke-1, Yogyakarta: Deepublish.
- Staton, William J. 2010. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Sembilan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

- Sugiyono. 2015. *“Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)”*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta. Bandung.
- Themba, Godfrey dan Mulala, Monica. 2013. *Brand Related eWom and Its Effects on Purchase Decision: An Empirical Study of University of Botswana Students. International Journal of Business and Management*, Vol.8 (8).
- Top Brand Index, 2019. Top Brand Index Fase 1 2020. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>.
- Trya Fattika Sari. 2018. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's. *Skripsi*. Studi Kasus Pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara.
- Werdiningsih, Ratri. 2012. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk House Od Adity di Bandung. *Skripsi*. Institut Manajemen Telkom.
- Z. Aini. 2018. Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syari'ah. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, Juni.