

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya. Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Qur'an dan Terjemahan, Jakarta, Departemen Agama RI.
- Afwan, Mukhammad Teguh dan Suryono Budi Santosa. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Diponogoro Journal of Management*. Vol.8 No. 1.
- Aisyah, Sonia Nadia. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Medan.
- Ali, Muhammad Taufiq. (2004). *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*. Jakarta: Gema Insani.
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 6 No. 1.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, dan Saida Zainurossalamia ZA. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 13 No. 2.
- Anang, Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Buchari, Alma. (2003). *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: Alfabeta.
- Darojat, Rofi. 2017. *Pemikiran Imam Syatibi Tentang Pajak: Suatu Tinjauan Pembaharuan Hukum Pajak Di Indonesia*. Masters thesis, UIN Raden Intan Lampung.
- Delvina, A. 2019. Strategi Perbankan Syariah Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Ib Masalah Di Bank Bjb Syariah Kcp Cianjur. *Value: Journal of Management and Business*, 3(1).

- Fahira, Sarah, Tuti Hartanti dan Hafniza Amir. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). Eprigram. Vol. 12 No. 2.
- Fitria, Eva. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat). Jurnal Ecobisma. Vol. 5 No. 1.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hani, Ummi. 2016. *Teori konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional (analisis perbandingan)*. Undergraduate thesis, STAIN Parepare.
- Hastono. (2019). Pengaruh Citra Merek Kosmetik Maybelline Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Carrefour Cabang Tangerang City. Jurnal Ekonomi Efektif. Vol. 1 No. 2.
- Hermawan, Kartajaya. (2004). Hermawan Kartajaya on Brand. Bandung: Mizan.
- Hidayat, Riau Rahmat. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Medan.
- Inayah, Fitri. 2017. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Lampung.
- Jannah, Nita Nur. (2018). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Serta Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Maskara Kosmetik Maybelline New York di Kota Jember. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
- Kencana, Nilam Putri. (2018). The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions of Honda Motorized Vehicles with Matic Scooter Types. Pinis Discretion Review. Vol. 1 Issue. 2.
- Kotler, Keller. (2012). Marketing Management. 14 th. Person Education.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing 12 th Edition Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Lukitaningsih, Ambar. 2013. Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 13 No. 2.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Mayangsari, Putri Dian. (2016). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Skripsi. Universitas Jember.
- Mentari, Kiky. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Mewoh, Fransilia Marsilina, Johny RE Tampi, and Danny DS Mukuan. 2019. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square." *Jurnal Administrasi Bisnis* 9.1: 35-42.
- Nababan, Jelita Safitri dan Harry Soesanto. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Fladeo Ladies di Jakarta)*. *Diponogoro journal of management*. Vol. 8 No. 4.
- Nasution, Dito Adita Darma dan Mika Debora Br. Barus. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota*

Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.

- Nisa, Khairun. (2020). Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics di Kota Salatiga). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Nurjanah, Daulay. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Oktavenia, Kadek Ayuk Riska dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 8 No.3.
- Ong, I. A. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincao Station Grand City Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran. Vol. 1 No. 2.
- Pratidina, Nissa Gin Ajeng dan Harry Soesanto. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tissu Tesa Melalui Citra Merek (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro). Diponegoro Journal of Management. Vol. 7 No. 3.
- Rifyal, Dahlawy C., Juli Dwina P S., Zikriatul U., dan Abdul H. (2020). Brand Islamic Branding, & Re-branding (Peran Startegi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global). Depok: Rajawali Pers.
- Rosadi, Hicma Edwin. 2014. *Pusat konservasi penyu hijau di Pulau Derawan, Kalimantan Timur: Tema biomimetic architecture*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rosmitha, S.N. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung. Bandar Lampung,

- S, Febriana Margaretta. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi (Studi kasus konsumen handphone xiaomi di cikarang utara). Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa. Bekasi.
- Sanusi, Anwar. (2011). Metode Penelitian Binsis. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.
- Shidiq, Ghofar. 2009. Teori Maqashid Al-Syariah dalam Hukum Islam. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*. Vol. 44 No. 118.
- Siregar, B. G. (2016). Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, 2(2), 17-34.
- Situmorang dan Lutfi. (2014). Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis. USU Press, Medan.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sulaiman, Agus, Djasuro Surya dan Daenulhay Kmasin. (2018). Pengaruh Brand Extension dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Enduro Matic-G Melalui Citra Merek (Survey Pada Konsumen Pengguna Enduro Matic-G di Kota Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*. Vol. 2 No.1.
- Suliyanto. (2011). Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS. Yogyakarta: Andi.
- Supangkat, Aditya Hangga. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6 No. 9.
- Tarigan, Azhari Akmal. 2012. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-qur'an: Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-kata Kunci*. Medan: Cita Pustaka Media.
- Tjiptono. (2008). Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Veithzal, Rivai. (2009). *Islamic Human Capital* edisi 1. Jakarta: Rajawali Persada.

Veithzal, Rival Zinal dkk. (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.

Yustiawan, Ody. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5 No. 2.

Z, Aini. Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1.