

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2020. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Achidah, N., Warso, M., & Hasiolan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Journal Of Management*, 2(2).
- Adrian Juno dan Zeplin Jiwa, Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, Jurnal: Agora Vol. 5, No 3, 2017, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Aini, Zahratul (2013) Hubungan citra merek kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli konsumen pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Aji, Wahyu.2016,Kemenprin: Potensi Industri Kosmetik di Indonesia Sangat Menjanjikan. [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)
- Akif, N. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(1).
- Al-Imam Muslim, Terjemahan Hadis Shahih Muslim Jilid I, II, III, IV, (Jakarta: Klang Book Centre, 2007), h. 324
- Ali Hasan, Marketing dan Bank Syariah, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010),
- Amilia, S., & Asmara, M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1).
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, 14(13).
- Amrullah, P. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2).

- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, 1(4).
- Coulter Robbins, Manajemen edisi kedelapan, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Hal. 72
- Dwi Angraini, Y. H. (2019). The Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions in Sari Roti in West Jakarta. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 120.
- Dwiyadi Surya Wardana, "Pengaruh Kepribadian Konsumen pada Pilihan Merek sebagai Konsep Diri pada Kategori Produk", Aset 13, no.1(2011): h. 23.
- Effendy, F. H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2).
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Henry Simamora, Manajemen Pemasaran Internasional, jilid 2, Jakarta: salemba empat, 2000, hlm. 543
- Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006)
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Latan, Hengky, dan Ghazali. 2017. Partial Least Square : Konsep, Metode, dan Aplikasi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Lukman Hakim, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam (Surakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2012),
- Mas'adi, M. (2020). The Effect of Promotion on Purchasing Decisions at PT. Auto 2000 Bintaro. *Jurnal Office: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*. 6,1.
- Mayangsari, P. D. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. *[skripsi]*.
- Mentari, K. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *[skripsi]*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.

- Muhammad Nashiruddin Al-Albani, Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2, (Jakarta Pustaka Azzam, 2007), h. 322
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*, 4(2).
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu PT. PIJI Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, 2(1).
- Rafik Issa Beekum, Etika Bisnis Islami (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), h. 24
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rifyal Dahlawy Chalil, J. D. (2020). *Brand, Islamic Branding, Dan Rebranding*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Rohmaniah & Edwar. (2015). „Pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Garnier Men Turbo Light Oil Control Icy Scrub“, Jurnal pendidikan tata niaga (JPTN), Volume.3 No.3
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2).
- Sejati, B. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualita Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Sekaran, Uma 2004, *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. ALFABETA.
- Susanti, E. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Hijau, Citra Perusahaan Hijau, dan Kepuasan Pelanggan Hijau Pada Loyalitas Pelanggan Hijau Produk The Body Shop di Kota Yogyakarta. Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Syafrudin,ahmad dasuki dan teja subakti, pemasaran produk distributor outlet dalam tinjauan etika bisnis islam, Al-Maustashfa: jurnal pelitian hukuim eakonomi sayariah, 3, No 2(2018): 224.

- Talopod, R. V., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Productivity*, 1(3).
- The Body Shop. thebodyshop.co.id. [on-line]. Diakses melalui <https://www.thebodyshop.co.id/about-us> pada Rabu, 16 Juni 2021.
- Thoriq Gunara dan Utus Hardiono Sudiby, Marketing Muhammad.(Bandung: Salmadani Pustaka Semesta, 2007)h. 57
- Veithzal Rivai, Islamic Marketing (Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw), (Jakarta: Gramedia,
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(1).
- Yuniati Asmaniah “Bauran Promosi dalam Perspektif Islam”, <http://lib.uinmalang.ac.id/thesis/fullchapter/99220592> (On-Line) diakses pada tanggal 23-09-2017pukul 07.58 wib
- Yustiawan, O. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2).
- Yusuf Qhardawi, Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Jakarta: PT Prenhalindo Persada, 2001, hlm. 293
- Zaini, A. B. (2013). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *[skripsi]*.