

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahan*. (2017). Departemen Agama Republik Indonesia. Syaamil Qur'an.
- Adiwidjaja, Adrian Junio. (2017). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian sepatu Converse. *Jurnal Agora*, Vol. 5, No.3
- Amalia Suri dan M Oloan Asmara Nst. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMAN DAN KEUANGAN*. 6(1):660-665
- Amron, Amron. (2018). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality and Price on The consumer's Buying Decision of MPV Cars*. *European Scientific Journal*. Vol. 4, No. 13.
- Andreas, M. (2015). *Pengaruh kualitas produk (yang telah Bersertifikat iso 9001: 2000 dan iso 14001: 2004) terhadap kepuasan Pelanggan pada PT. Takagi sari multi Utama di Jatake Tangerang (Skripsi manajemen SI. 2015)* (Doctoral dissertation, Universitas Pamulang).
- Andriana, Nadia Calista. dkk. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol.9, No.1, P.198-208
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles Of Marketing*. Pearson Australia.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Strategi*. Edisi Pertama Penerbit. Pt. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Ayuniah, Putri. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Volume 22 No.3
- Cahyani, Khoiriyah Indra. Dkk. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*. Vol. 5, No.4.
- Cahyani, Nadia Sri. dkk. (2017). The Effect of Brand Image, Perceived Price and Percieved Quality on Purchase Decision of Pond's Skin Care Product. *Journal of EMBA*. Vol.5, No.2, P.354-362
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 158-169.
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alemán, J. L. (2005). Does Brand Trust Matter To Brand Equity?. *Journal Of Product & Brand Management*.
- Fitriana, F. (2015). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Purwokerto (Survei Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Fitriani, E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo. *Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari*.

- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar*. (S. Zain,Ed.) Jakarta: Erlangga
- Hasana, S. H. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kecamatan Kalianget* (Doctoral Dissertation, Universitas Wiraraja).
- Irawan, P. D. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta. *Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kotler, P. (2012). *Kotler On Marketing*. Simon And Schuster.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*, 14 Edition. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14th edition). Pearson Education Prentice Hall
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Dubois, B. (2016). *Marketing Management*, 15e Édition. *New Jersey: Pearson Education*.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. 1999. "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty," *Journal of Market Focused Management*, 4:341-370.
- Lie, Thomas Djulianto. dkk. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen keripik pedas Maicih. *Jurnal Cakrawala*.
- Lubis, I. R., & Ikhsan, J. (2015). Pengembangan media pembelajaran kimia berbasis android untuk meningkatkan motivasi belajar dan prestasi kognitif peserta didik SMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, 1(2), 191-201.

- Maftukhah, Ida. dkk. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Love terhadap Purchase Decision melalui Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, Vol. 6. No.7.
- Mastuti, I Gusti AM. dkk. (2019). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda Pada
- Mayori, Khintan. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jenawi Oblong Riau Menurut Ekonomi Syariah. Skripsi. Syariah dan Ilmu Hukum. UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). Perilaku Konsumen Dialih Bahasakan Oleh Dwi Kartika Yahya. *Jakarta: Erlangga*.
- Nuhayati, Siti. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HandPhone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*. Vol. 4, No. 2
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DALAM ENINGKATKAN PENJUALAN MOBIL MITSUBISHI PADA PT. PEKAN PERKASA BERLIAN MOTOR PEKANBARU. *VALUTA*, 1(2), 298-321.
- Rahayu, S., & Haryanto, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 64-76.

- Romli, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Produk Sepatu Futsal Specs Indonesia Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam:(Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Yarsi)* (Doctoral Dissertation, Universitas Yarsi).
- Rosmitha, R. (2017). *Optimalisasi Fungsi Manajemen Dalam Pengembangan Pondok Pesantren Miftahul Huda 08 Banjit Way Kanan* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Sanusi, A., & Wibasuri, A. (2015). Model Pemberdayaan Tata Kelola Kelompok Usaha Kecil Menengah Pengrajin Batu Permata Bungur Lampung Selatan. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Bisnis Pengabdian Masyarakat Darmajaya*, 1(1), 96-123.
- Sandika, Verly. (2020). *Pengaruh Threat Emotion, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Raden Intan Lampung
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* Bandung: Alfabet
- Suprpto, Yandi. (2021). *Analisa Pengaruh Attribute, Promotion, Service Quality, dan Social Media Marketing terhadap Image dan Purchase Decision Usaha Oleh-oleh Kuliner Kota Batam*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 4 No 2.

Susanto, H. (2016). *The Effect Of Brand Image, Product Quality And Price Toward Purchase Decision (Emprical Study On Consumer Cv. Rown Division In Surakarta)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Suzandoko, Theo Hermawan. Dkk. (2019). Pengaruh daya tarik Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Luwak White Coffee di Surabaya. Skripsi. Teknologi industri pertanian. Universitas Wijaya Kusuma.

Zainal, Za. (2015). Kajian Pengaruh Penggunaan Katalis Terhadap Kualitas Produk Minyak Hasil Pirolisis Sampah Plastik. *Jurnal Teknik*, 5(1), 47-56.

Website

Website Femina. 2015. Sejarah Panjang Kemewahan Sabun Kecantikan.

<https://www.femina.co.id/article/sejarah-panjang-kemewahan-sabun-kecantikan> Diakses Pada Tanggal 19 Januari 2022

Website Lux. 2021. Tentang Lux. <https://www.lux.com/id/brand-story.html>

Diakses Pada Tanggal 19 Januari 2022.

<https://islam.nu.or.id/post/read/93065/merek-menurut-hukum-islam> Di akses pada tanggal 22 januari 2022