

## Daftar Pustaka

- Al-Qur'an dan Terjemahnya Mushaf Quantum Tauhid. 2010. Departemen Agama RI. Bandung: MQS Publishing.
- Aaker, A. David. (2008). Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Mitra Utama
- Aaker, A. David. (2013). Manajemen Pemasaran Strategi. Jakarta.
- Ady rony Muchammad sukron (2019). Pengaruh kemudahan penggunaan, Islamic branding dan E-service Quality terhadap keputusan pembelian tokopedia dengan minat beli sebagai variabel intervening
- Baker, Ahmad. 2010. On Islamic Branding: Brands as Good Deeds. On Journal of Islamic Marketing. Vol. 1 No. 2. Pp: 101-106
- Chew, d. J. (2012). Brand Management. Jakarta: Indeks.
- Chinomona, R. (2013). The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Students Intention to Purchase Electronic Gadgets. Mediterranean Journal of Social Sciences.
- Diansyah, Nurmalasari. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. JOURNAL OF BUSINESS Vol. 2 No.1
- Durianto, Damadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. (2001). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferdinand, Augusty 2012, Metode Penelitian Manajemen, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit.
- Hasan Aedy. (2011). Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam, Bandung: Alfabeta.
- Hartanto, Aditya Bagas.(2020). Analisis Pengaruh Merek Islam, Ulasan Konsumen, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di *Shopee* Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening
- Kamilia, I., Agung Budiarmo (2018). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian Honda scopy dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen PT. Nusantara Sakti dikota Semarang

- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Malahayati. (2010). Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah, Yogyakarta: Jogja Great! Publisher.
- Monjtai, O. Tewel, B. & Lengkong, V.P.K. (2014). Motivasi, Sikap, dan Minat Beli Konsumen pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha PT Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Manado. *Jurnal EMBA, vol 2. No.4.*
- Meatry Kurniasari, Agung Budiatmo (2019). Pengaruh social media marketing, brand awereness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada J.CO Donuts & Coffee Semarang.
- Nadya Calista, Dr.Drs.Ngatno, M.M (2020). Pengaruh inovasi produk dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Uniliver
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI), Volume 13, Nomor 2, 7987*
- Nurul Huda. (2006). Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana PRENADAMEDIA GROUP.
- Nurul Huda. (2015). Pembangunan Ekonomi Islam ISBN 978-602-1186-99-2. Jakarta: Kencana PRENAMEDIA GROUP.
- Noni Afrianty, Detri Agustina (2020). Pengaruh Islamic branding dan product terhadap minat beli produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu
- Petter, J P, and J C Olson. 1999. *Consumen Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9.* Jakarta. Salemba Empat.
- Santoso, S. 2010. *Mastering SPSS 18.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed).* New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (Mixed Method).* Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Temporal, Paul. 2011. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi. 2007.
- Manajemen Pemasaran*, Ed12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Utami, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Harga dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ying Fan dan Yixuan Li. 2009. *Children's Buying Behavior in China*. *Marketing Intelligence and Planning*. Vol. 27. Brunel Business School, Uxbridge. UK.
- Yunus, N. N., Rashid, W. E., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. 2014. *Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's:Halal Packaged Food Manufacturer*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130, 145 –154.