

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1), 25–31.
- Anggraeni, M. (2016). *Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek (Brand Image), Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Ulang*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ardianto, K., Fania, P. N., & Lia, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 1858–1358.
- Arimbi, I. F., & Heryenzus, H. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Layanan Online Traveloka. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Ariwidodo, B. (2019). Studi Mengenai Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan Pasca Sarjana (Studi Kasus Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). *Indonesian Journal of Marketing Science*, 8(2), 187–203.
- Basu, S., Dharmesta, & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Buchori, A., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Burdah, I. (2010). *Menjadi Penerjemah: Metode dan Wawasan Menerjemah Teks Arab*. Tiara Wacana.
- Departemen Agama RI. (2015). *Al-Quran Terjemahan*. Darus Sunnah.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja, & Supratikno. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek dan

- Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 7(1), 21–42.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran. Jilid II* (12th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Kevin Lane Keller. Jilid I* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kurniawati, D. S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Kawi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2).
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers’ Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, 341–370.
- Lau, & Lee. (2007). *Prinsip Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Mardalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen*, 2(1), 99–114.
- Maryani. (2020). *Sertifikasi Halal Produk Air Minum dalam Kemasan Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddi Jambi.

- Moorman, Christine, Deshpande, R., & Zaltman. (2007). *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Sumarno Zain*. Erlangga.
- Nurhayati, S. (2012). *Metodologi Penelitian Praktis*. Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan.
- Pradipta, H. O., & Mashariono, M. (2015). Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(7).
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*. CV Andi Offset.
- Saviq, B. (2017). *Manuver Le Minerale di Industri AMDK*. Marketeers. <https://marketeers.com/le-minerale-penantang-garang-di-industri-amdk>
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Suyono, A. ., & Pramono, S. S. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 84–94.
- Wandel, M. (1997). Food labeling from a consumer perspective. *British Food Journal: MCB University Press*, 6, 99.