

DAFTAR PUSTAKA

- 'Abbas, A. I., & Al-Firuzabadi, M. (2007). *Tanwir al-Miqbas min Tafsir Ibn 'Abbas* (M. Guezou (ed.)). Royal Aal al-Bayt Institute.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. CV Andi Offset.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Afrianata, A., Udayana, I. U., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Product Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 19(2), 439–447. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i2.10992>
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Al-Mahali, J., & Al-Suyuti, J. (2017). Tafsir Al-Jalalain (Tafsir oleh dua Jalaluddin). In *Kalimah*. <https://doi.org/10.21111/klm.v1i15.818>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Armavillia, K. E. (2023). *10 Negara dengan Jumlah Muslim Terbesar 2023*. Good Stats.
- Ayu, D. N. P. P., & Ketut, G. I. G. A. (2021). *The Role Of Brand Trust Mediate The Effect Of Product Quality And Brand Image On Purchase Decision: A Study On Iphone Consumers In Denpasar City*. 7(3), 6.
- Azizatul, N., Andryanto, A., Handayani, P. A. Y., & Andani, A. D. (2024). *Tafsir Era Sahabat : Mengenal Tafsir Ibnu Abbas*. 7, 92–107.
- Budiyono, R., & Novandalina, A. (2022). Influence of Brand Trust and Perceived Value on The Decisions of Purchasing. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 14*(1), 198–207.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Claranita, H. S. & L. (2020). Analisa Pengaruh Product Quality Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Madame Chang Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.

- Dharmayana, I. M. A., & Rahanatha, G. B. (2018). *Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat membeli Kembali*. 6(4), 2018–2046.
- Disastra, D., & Novita, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung)*. 2(1), 55–66.
- Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Nurjanah, T. (2023). Meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik melalui kepercayaan merek , kualitas produk , dan label halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(2), 319–328.
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In E. R. Fadilah (Ed.), *Cv Budi Utama: Vol. 5 No.* (Issue september). CV BUDI UTAMA.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualiatas Prod *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229.
- Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). *Pengaruh Label Halal , Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image dan Brand Trust*. 8(01), 815–824.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Black, W. C., & Babin, B. J. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Pearson Education Limited* (Vol. 1, Issue 2).
- Halim, A. F. (2022). Pegaruh Brand Awareness, Brand Trust Dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Bear Brand Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(11), 1–17.
- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchasing Decisions through Brand Trust as Mediating Variable. *Management Analysis Journa*, 7(4), 631–633.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (F. A. Pratama (ed.)). Insania.
- Hazira, J. R. (2023). Studi Fenomenologi Motif Pengguna Brand Lokal High End Pada Mahasiswa Surabaya Pengguna Buttonsarves Hazira Jasmine Rachmadhani. *Komunikasi, Ilmu Ilmu, Fakultas Surabaya, Universitas Negeri*, 07(2), 108–115.
- Hera, H., & Fourqoniah, F. (2023). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Purchase Decision melalui Brand Trust sebagai Intervening. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 877–884. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2810>
- Hidayah, T. R. (2016). Pengaruh Brand Trust Terhadap Niat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Produk Elektronik Pada Situs Jual Beli Lazada. *UNEJ E-Proceeding*, 2(4), 122–132.

- Hudatama, B. I., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). (Studi pada Pelanggan Baru Indihome di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–10.
- Irnawati. (2023). Pengaruh Lifestyle Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Scraf Produk Buttons craves di Kabupaten Kuningan. *Journal on Education*, 6(01), 10222–10234.
- Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Brand Trust dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 177–186.
<https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2571>
- Islam, S. (2018). *Abdullah bin Abbas*. CV Titian Ilmu.
- Kartikawati, E. (2022). *Buttons craves Raih Pia Alisjahbana Award di Jakarta Fashion Week 2023* “Buttons craves Raih Pia Alisjahbana Award di Jakarta Fashion Week 2023” selengkapnya <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-6375927/buttons-craves-raih-pia-alisja>.
- Kasanah, D. U. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam di Miulan Boutique Ceper Klaten. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, 1(1), 550–557.
- Khoirun Nisak, D. A., & Astuningsih, S. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Tulungagung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 41–48. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4893>
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 228–239. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1703>
- Label, P., Dan, H., Makanan, B., Keputusan, T., Produk, P., Impor, M., Effect, T. H. E., Halal, O. F., Ingredients, F., The, T. O., On, D., & Food, I. (2021). *Islamic Economics and Business Journal THE EFFECT OF HALAL LABEL AND FOOD INGREDIENTS TO THE PURCHASING* *Islamic Economics and Business Journal*. 3(1), 36–64.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 2.0*. Universitas Diponegoro.
- M. Hanafi, M. (2016). *Al-Quran Kementrian Agama RI, Alquran dan Terjemahannya*,. Jakarta.
- Marliawati, A., & Cahyaningdyah, D. (2020). Management Analysis Journal Impacts the Brand of Experience and Brand Image on Brand Loyalty: Mediators Brand of Trust Article Information. *Management Analysis Journal*, 9(2), 140–151.

- Muhtar, Z. (2019). *IBNU ABBAS (STUDI BIOGRAFI GENERASI AWAL MUFASSIR AL QURAN). 1*, 96–107.
- Mustofa, I. (2017). *Sejarah Hidup Para Penyambung Lidah Nabi* (Nurr (ed.)). Laksana.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar SEM-PLS Menggunakan Smart PLS*. Pascal Books.
- Nurmalita Sari, Sudarmiatin, & Titis Shinta Dhewi. (2022). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchase Decisions and Brand Trust as Mediation Variables (Study on iPhone Users in Malang City). *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 129–137. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.219>
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Monograf Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nurul, A., Ag, A. A. A., Febrianti, A., & Attamimi, M. (2019). Penafsiran Abdullah Ibn Abbas Terhadap Surah Al-Fatihah. *Al-Munir: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 1(02), 79–102. <https://doi.org/10.24239/al-munir.v1i02.35>
- Pratama, G. H., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 160–170.
- Purwati, A. A., Yusrizal, Y., & Ramadhani, I. C. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 22–36. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.652>
- Rahmawati, I., & Yanto, W. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust (Studi pada Pengguna Honda Vario di Kawedanan Pedan Kabupaten Klaten). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1264–1274. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.32111>
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Rendy, H., Putro, A. J. W., & Gunawan, E. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Yang Di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 12(2), 125–142. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i2.4841>
- Rogayah, G., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Brand Image dan Hedonic Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Emotional Value. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 83–96. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v6i2.8354>
- Sani, F., & Annisa, A. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Brand Image Terhadap Brand Loyalty; Studi Pada Toko Dwipa Umalas Badung. *E-Jurnal*

- Manajemen*, 27(2), 635–637.
- Sapitri, I., & Saptano, E. (2023). *Pengaruh Citra Merek , Harga dan Social Influence Terhadap Minat Beli Produk Hijab Buttons scarves*. 23(2), 2210–2217. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.4027>
- Septayuda, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi-4X. *Jurnal Ilmiah MBiA, Vol.16 no(3)*, 127–136.
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. *Compiler*, 7(1), 54–61. <https://doi.org/10.28989/compiler.v7i1.254>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380–388. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28149>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In Sutopo (Ed.), *Jurnal Sains dan Seni ITS*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA, cv.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://doi.org/10.30656/sm.v6i1.2097>
- Suryani, S., & Rosaliina, sylvia sari. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Business Studies*, 04(2). <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Timpal, R. S., Massie, J., & Pandowo, M. (2022). The Role of Brand Ambassadors on Consumer Purchase Decision on Tokopedia Marketplace. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 652. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42366>
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Gramedia.

- Tuara, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Online Shopping Di Kecamatan Ternate Barat. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(3), 39–52.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8198286>
- Uci, T. (2022). 5 Alasan Hijab Buttons carves Tetap Laris meski Harganya Mahal. Terminal.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2015). (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Venessa, I., & Arifin, Z. (2015). (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. DEEPUBLISH.
- Wati, L. N. L. (2018). *Metodologi Penelitian Terapan Aplikasi SPSS, EVIEWS, SmartPLS dan AMOS*. CV Pustaka Amri.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Yulita, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Produk Asuransi Kesehatan Kumpulan di PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia Regional Sumatera. *Insight Management Journal*, 1(3), 95–105.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (R. A. Kusumajaya (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.