

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Nurul dkk. 2021. Analisis Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Brand Awareness sebagai Media pada Remaja Wanita di Kota Makassar. Vol. 5, no. 2.
- Alma, Buchori. 2014. *Pengantar Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Alviah, Siti dan Ade Firmansyah. Pengaruh Promosi Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Kopkar Primavera PT Indo American Ceramics (Studi Kasus pada Kopkar Primavera PT Indo American Ceramics). dalam <https://docplayer.info/207181937-Siti-alviah-ade-firmansyah.html> diakses pada 19 Januari 2022.
- Ansori, Muslich dan Sri Iswati. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya. Airlangga University Press.
- Arfah, Yeni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Chalil, Rifyal Dahlawi. 2020. *Brand, Islamic Branding, & Rebranding Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Depok. Rajawali Pers.
- Cysara, Frans Abdi. 2015. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta. Deepublish.
- Evelina, Nela dkk. 2012. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi*. Diponegoro Journal of Social and Politic.
- Fadila, dkk. t.t., *Penerapan Metode Naïve Bayes dan Skala Likert pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa*. Bandung. Kreatif Industri Nusantara.
- Febry, Timotius dan Teofilus. 2020. *SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung. Media Sains Indonesia.
- Firdaus. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Versio 20.0*. Bengkalis. Dotplus Publisher.

- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Perilaku)*. Sleman. Deepublish.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. BPFE UGM.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Cet ke-6. Yogyakarta. BPFE.
- Gunawan, Didik. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*. Padangsidempuan. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Handayani, Nurul dkk. 2021. Menakar Kontribusi Islamic Branding, Personal Selling, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pashmina. Vol. 2, no. 2, *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*.
- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. 2019. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Sleman. Deepublish.
- Haque, Marissa Grace. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Berlian Mulitama di Jakarta. Vol. 21, no. 1. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace dkk. 2021. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten. Pascal Books.
- Hastuti, Miguna dan Nurhafifah Matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Sleman. Deepublish.
- Heni, Devi Anugrah dkk. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*. Vol. 18, no. 2.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis*. Jakarta. Grasindo.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Unitomo Press.
- Kementerian Agama RI. 2013. *Al-Qur'an Terjemah Perkata Asbabun Nuzul dan Tafsir Bil Hadis*. Bandung. Semesta Al-Qur'an.
- Khadijah, Siti dan Oni Anita Wulandari. 2020. Islamic Branding Restoran Korea terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Makna*. Vol. 6, no.1.
- Kholiq, Milhan Nur dkk, Pengaruh Islamic Branding dan Customer Religiosity terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Minimarket Al-Khaibar. dalam [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id) diakses pada 10 Juni 2022.

- Kodu, Sarini *Harga*. 2013. Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, jilid I edisi 13*. Jakarta. Erlangga.
- \_\_\_\_\_, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga, 2018.
- Kurnia, Muhammad Rifai. 2016. Pengaruh Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja Oke Sport di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 24, no. 1.
- Kusumaningsih, Sabtarini dkk. 2021. *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya. Global Akses Pres.
- Maarif, Nurcholis. *Shopee Jadi E-commerce Terpopuler di Indonesia* dalam <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4943363/shopee-jadi-e-commerce-terpopuler-di-indonesia> diakses tanggal 28 Desember 2021.
- Martini, Aldini Nofta. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva Reset Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 2, no. 3. 2021.
- Melati, Riska Sari dan Renny Dwijayanti. 2020. Pengaruh Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone pada Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol. 8, no. 2.
- Muhammad Ramadhan. 2021. *Metode Penelitian*. Surabaya. Cipta Media Nusantara.
- Muhammad. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta. UPFE-UMY.
- Musaffar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung. Media Sains Indonesia.
- Nugroho, Eko. 2018. *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang. UB Press.
- Nurmawati. 2018. *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang. Media Nusa Creative.
- Oktavenia, Kadek Ayuk Riska dan I gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone

- Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 8, no. 3.
- Opiida. <https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-emarketplace/> diakses pada 22 Februari 2022.
- Ovan, dan Andika Saputra. 2020. *CAMI: Aplikasi Uji Valisitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Takalar. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Pamungkas, Nurul Luthfiani dkk. 2021. Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. Vol. 4, no.1.
- PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. dalam [https://pddikti.kemdikbud.go.id/data\\_prodi/RDRBNkEzRTktNThCRi000DY0LUE2MzUtREZCMzA4NjU0RTJF/20192](https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_prodi/RDRBNkEzRTktNThCRi000DY0LUE2MzUtREZCMzA4NjU0RTJF/20192) diakses pada 31 Januari 2022.
- Perwitasari W, Dwi dkk. Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Sinar Harapan di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, dalam <https://unars.ac.id> diakses 11 Januari 2022.
- Pezullo, Marry. 1999. *Marketing for Banking*, American Bankers Association. USA.
- Prakkasi, Idris. 2020. *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor. LINDAN Bestari.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Qomariyah, Nurul. 2020. *Pentingnya Keputusan dan Loyalitas Pengunjung (Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, dan Atribut Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pentel)*. Jember. CV Pustaka Abadi.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Harmawa. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman. Deepublish.

- Rizal, Achmad. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta. Deepublish.
- Romdonny, Jefry dkk. 2018. Pengaruh Merek, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bola Sepak. Vol. 2, no. 2.
- Rosita, dan Inne Satyawisudarini. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1, no. 3.
- Rosmayati, Irma dkk. 2020. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kopi pada Mahkota Java Coffee Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*. Vol. 19 No. 03.
- Safrina, Dina. Pengaruh Islamic branding, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Wakaf Al-Khaibar Jalan Tata Surya Kota Malang. dalam <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php//jimfeb/article/view/7506> diakses pada 13 Juni 2022.
- Sahrin, dkk. 2021. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Pasuruan. CV. Penerbit Qiara Media.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang. UB Press.
- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian dkk. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Siregar, Sofyan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta. Kencana.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Pubishing.
- Soewito, Yudhi. 2013. Kualitas Produk, Merk, dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3.
- Strauss, Judy and Raymond Frost. 2016. *E-marketing*, 7<sup>th</sup> edition.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

- Sukardjono, Edi. Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pedagang-pedagang di Pasar Parung Panjang Bogor terhadap Pedagang di Pasar Lain. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. Vol. 3, no. 2, 2016.
- Sukma, Mahardhika, I Made Surya dkk. 2021. *Solusi dalam Memilih Perguruan Tinggi*. Surabaya. Scopindo Media Pustaka.
- Sumargo, Bagus. 2020. *Teknik Sampling*. Jakarta Timur. UNJ Press.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta. Teras.
- Tasnim, dkk. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran edisi 4*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tolan, Mita Sari, dkk. 2021. Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado. Vol. 2, no. 2.
- Tonce, Yosef dan Yoseph Darius Purnama Rangga. 2020. *Minat Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk*. Indramayu. CV Adanu Bimata.
- Trihastuti, Aselina Endang. 2020 *Manajemen Pemasaran Plus++*. Sleman. Deepublish.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Hardius dkk. 2020. *Islamic Marketing Sebuah Pengantar*. Depok. Rajawali Pers.
- Wati, Fitra Sulistina. 2021. Pengaruh Islamic Branding dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk produk HNI-HPAI Halal Mart BC Medan 8. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 2, no. 3.
- Wijaya, Andy, dkk. 2022. *The Art of Digital Marketing Strategi Pemasaran Generasi MilenialII*. Bandung. Media Sains Indonesia.
- Wulandari, Ririn dan Fikri Aulawi Rusmahafi. 2020. *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Sleman. CV. Nas Media Pustaka.
- Wulansari, Retno. 2019. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Boga Sejahtera di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif*. Vol. 1, no. 4.

Yolanda, dan Darmanitya Harseno Wijanarko. 2018. Pengaruh Promosi dan kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua serta Implikasinya terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen*. Vol. 06, no. 1A.

Yunus, Nor Sara Nadia Muhammad. 2014. Muslims Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. No. 130.