

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, Diana Putri, “Emerging Adulthood : Pengembangan Teori Erikson Mengenai Teori Psikososial Pada Abad 21,” *Jurnal Ilmiah Psyche*, 15 (2021), 11–20 <<https://doi.org/10.33557/jpsyche.v15i01.1377>>
- Faisal, Malia Annisa, “Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Keputusan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen Non-Muslim Bandar Lampung),” 2022, 11
- Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9,” 2018, hal. 490
- Hadisa, Nur, “Pengaruh Islamic Branding dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslimah di Kota Makasar dengan Celebrity Endorsement sebagai Variable Moderating,” 2023, 1–186
- Hasna, Mernindita Rafif, dan Mernindita Rafif Hasna, “Pengaruh harga, online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion pada,” 2023
- Kusuma, Ibnu Sastra Hadi, “Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung,” *International Journal Administration Business and Organization*, 4 (2023), 31–39 <<https://doi.org/10.61242/ijabo.23.266>>
- Maharani, “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint di Shopee

Pada Pelanggan Implora Cosmetics di Desa Bangun Sar,” 2023, 1–85

Maulidar, Cut Sari, dan Cut Sari Maulidar, “Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer Rating Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh) Disusu,” *Journal of Economic Perspectives*, 2 (2022), 1–4
 <<http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm>%0A[http://files/171/Cardon - 2008 - Coaching d'équipe.pdf](http://files/171/Cardon-2008-Coaching-d'équipe.pdf)%0A<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>%0A<http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>%0A<https://doi.org/10.1080/23322039.2017>>

Meinawati, Kurnia, dan Farid Ardyansy, “Pengaruh Islamic Branding , Religiusitas , Kualitas Produk dan Halal,” *Jrime : Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1 (2023), 1–19

Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*, Alfabeta, CV, 2013

Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Cv. Wade Group, 2017

Rahmawati, Cindy Sekar, Awin Mulyati, dan Diana Juni Mulyati, “Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen di Umama Gallery Surabaya,” *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 2021

Rivki, Muhammad, Adam Mukharil Bachtiar, Teknik Informatika, Fakultas

Teknik, dan Universitas Komputer Indonesia, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*

Sari, Sri Indah, *Pengaruh islamic branding dan islamic advertising terhadap keputusan pembelian produk shampo sunsilk hijab pada masyarakat kota pekanbaru, Skripsi. Riau: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau., 2020*

Sholeha, Nur Lailatus, “Pengaruh Islamic Branding, Iklan Islami, Dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Wardah Pada Generasi Millennial Di Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi,” *Pharmacognosy Magazine*, 75 (2021), 399–405

Sundarsih, Dedeh, Dinda Permatasari, Program Studi, Manajemen Perusahaan, Politeknik Triguna, dan Usaha Mikro, “Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee pada Reseller Produk Bella Square di Toko Rismatrie Kota Tasikmalaya Oleh,” 7 (2023)

Widodo, Slamet, Festy Ladyani, La Ode Asrianto, Rusdi, Khairunnisa, Sri Maria Puji Lestari, et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, 2023

Wulansari, Teriyana, dan Teriyana Wulansari, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Bella Square Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di UIN Suska Riau),” 19 (2016), 1–23

Yulia, farida, Lamsah, dan Periyadi, “Buku Manajemen Pemasaran_compressed.pdf,” 2019, hal. 79

Yulina Anisa, “Pengaruh Price, Online Customer Review, Dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Bisnis Islam,” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2021