

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Al-Bayan, Al-Qur'anul Karim Terjemah Tajwid Warna, Boyolali: Mecca Qur'an, 2017.

Buku

Algifari. *Statistika Deskriptif Plus, Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif(komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005.

Dahlawy, Rifyal, dkk. *Brand, Islamic Branding, & Re-branding "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global"* Depok: RajaGrafindo Persada, 2020.

Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018).

Hasan, Iqbal. *Pokok-pokok Statistika 2 (Statistik Inerestif)*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001.

Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.

HNI, *Katalog Produk Referensi Utama Produk Halal Dunia*, Jakarta Timur: PT. HPAI, 2019.

HNI, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, Jakarta Timur: PT. HPAI, 2020.

- Janie, Diyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*, Semarang: Semarang University Press, 2012).
- Kertamukti, Rama. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep, Pesan, Media, branding, Anggaran*, Depok: Rajawali Press, 2017.
- Kolter, Keller dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Priyanto, Dwi. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*, Yogyakarta: Gaya Media, 2016.
- Ramly, Zulchaidir B Firly. *The Master Book to be The Best Market Leader Hand Book for Agents of Halal Network International*, Bekasi: Fighter Publishing, 2018.
- Rivai, Veithzal, Usman, Antoni Nizar. *Islamic Economics and Finance, Ekonomi dan Keuangan Islam bukan Alternatif, tetapi Solusi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Rochmat, Aldy Purnomo. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Ulum, Fahrur. *Studi Ekonomi Syariah (Dari Paradigma hingga Penelitian Ekonomi Syariah)*, Jakarta: Kencana, 2020.

Yudiatmaja, Firdiana. *Analisis Regresi (Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS)*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2013.

Jurnal

Agustiani H, Eri dan Sujana. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pada Produk Wall’s Conello,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vo. 1, No. 2, (2013).

Fauzia, Diah Retno Sufi, Edriana Pangestu, and Aniesa Samira Bafadhal, "Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 1, No. 66, (2019).

Fitriya, Elok. Analisis “Pengaruh *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk,” *jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia (JIAI)*, Vol. 2, No. 1, (2017).

Hidayat, Ahmad Taufik, dkk. “Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen,” *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol. 1, No. 1, (2012).

Ilham, Muhammad dan Firdaus, “Analisis Hubungan *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian,” (Studi Kasus di Swalayan Al-Baik Tanjungpinang),” *Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, Vol. 2, No. 1, (Januari-Juni 2020).

Ilyas, Musyfikah, “Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat,” *Jurnal Peradilan dan Hukum Keluarga Islam*, Vol. 4, No. 2, (2017).

Ilyas, Rahmat. *Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam*, *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 1, No. 1, 2016.

- Marita, Widya Exsa. "Pengaruh Struktur Organisasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Business Entity Concept*" Jurnal Akuntansi, Vo. 7, No. 1, (2015).
- Nasrullah, Muhammad. "*Islamic Branding*, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk," Jurnal Hukum Islam (JHI), Vo. 12, No. 2, (2015).
- Putri, Citra Sugianto. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Cherie Melalui Minat Beli," Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 5, (2016).
- Ranto. Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen," JBMA, Vol. I, No. 2, (2013).
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhammad. "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer," *Procedia – Social and Behavior Sciens*, No. 130 (2014).

Skripsi

- Hafiz, Muhammad. Pengaruh *Islamic Branding* dan Perilaku Religius Terhadap Konsumen Serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Risky, Nur Faiza, Pengaruh Aspek Islamic Branding, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kosmetik Wardah Di Desa Bukit Harapan Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2019.
- Riyani, Endang. Pengaruh Kesadaran Halal, *Islamic Branding* dan *Product Ingredients* Terhadap Minat Beli Produk

Kosmetik dan Toileters (Studi Pada Wanita Muslim Indonesia), Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2020.

Utami, Sri, Pengaruh Kualitas, Harga dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.