

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2002. *Brand Equity*, United States of Amerika : The Free Press.
- Aaker, David. A., & Biel, A. 2013. *Brand Equity and Advertising : Advertising's Role Building Strong Brands*. Michigan : Psychology Press.
- AG. Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Ahmad, Subagyo. 2010. *Marketing In Bussiness*. Edisi Pertama. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Amron, A. (2018). *The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars*. *European Scientific Journal*, 14(13), 228-239.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor Yamaha. *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 274-281.
- Arifin, Z. 2011. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Chernev, A., Hamilton, R., & Gal, D. (2011). *Competing for consumer identity: Limits to self-expression and the perils of lifestyle branding*. *Journal of Marketing*, 75(3), 66-82.
- Freddy, R. (2009). *Strategi promosi yang efektif*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habib, M.D., Muhammad, A.A., & Atteeq, U.R. (2017). *The Relationship of Consumer Identities and Purchase Intention : An Empirical Study of Electronic Gedgets Buyers*. *International Review of Management and Business Research*. Vol. 6 Issue. 3.

- Hadi, L. (2010). *Pendekatan Segmentasi Demografi Dalam Pemasaran Produk*. *Jurnal Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta*, Volume 7 Nomor 1.
- Hadyan, R. (2019). Kemendag: Industri ritel modern masih menunjukkan tren positif. Diakses pada hari Rabu, 3 November 2021, dari EKONOMI: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190826/12/1141225/kemendag-industri-ritel-modern-masih-menunjukkan-tren-positif>
- Harjanto, Rudy. 2009. *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Jakarta : PT. Gramedia Jakarta.
- Ian Antonius, Ong dan Sugiharto. 2013. *Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi , Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya*. Surabaya : Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra.
- Ishardini, C. Darwanto, Junaedi, D., Salistia, F. (2022). *Minat Beli Masyarakat Non Muslim Terhadap Produk Makanan Halal*. *Religion Education Social Laa Roiba Journal* , Volume 4 No 1 (2022) 14-38.
- Joan Paskarina Raharjo, 2019. "Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ardian Hotel Bandung". Skripsi. Bandung : Sekolah Tinggi Pariwisata NHI.
- Kertajaya, Hermawan. 2004. "*Hermawan Kertajaya on Brand seri 9 Elemen Marketing*". Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi ketiga belas, jilid 1 dan 2. Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller, Philip & Kevin Lane Keller. 2009a. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Edisi Dua Belas. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: ERLANGGA.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* (15e). Boston: Prentice Hall.
- Krejcie and Morgan. 1970. "Determining Sample Size for Research Activities," *The NEA Research Bulletin*, Vol. 38, Hal. 99, December, 1960.
- M. Affin Amin, 2019. "Pengaruh *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Swalayan Basmalah Cabang Rembang Pasuruan Jawa Timur". Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
- Maholtra, N. K. 2004. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan (Soleh Rusyadi Maryan)*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Manorek, S. L. (2016). The influence of brand image, advertising, perceived price toward consumer purchase intention (case study: Samsung smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 661-670.
- Masyita, D., & Fathony, A. (2017). Studi analisis peran pesantren sidogiri dalam pembentukan karakter kemandirian ekonomi masyarakat perspektif sosiologi. *PROFIT*, 1(1), 130-161.
- Muslimah, A. N., Hamdani, H. I., & Irfani, F. (2018). Pengaruh brand image dan sertifikasi halal terhadap minat beli pelanggan (studi kasus Superkue bogor). *Al Amwal*, 1(1), 41-57.
- Nasih, A. M., Ramadhan, M. R., & Kamarulzaman, N. H. (2020). Implementation model for halal product guarantee in pesantren: A case study in East Java. *Proceedings International ACIEL 2020*. Bangkalan, 15 Desember 2020, hal. 29-40.
- Nisbah. B. (2018). "Pengaruh *Brand Image Giant* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Super Swalayan *Giant* Cabang Alauddin Makassar". Skripsi. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Putri, F.P. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Auditor, Pengalaman Auditor, Kompleksitas Tugas, Locus of Control, dan Tekanan Ketaatan Terhadap Audit Judgment*.
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief: Strategi Membangun merek berbasis keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sangadji, E.M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Santoso, Devita A., Erdiansyah, R., dan Pribadi, M.A. (2018). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree*. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara*, Vol. 2, No. 2 Hal 286 – 290.
- Seock, Yoo-Kyoung. (2003). *Analysis of Clothing Websites for Young Customer Retention Based on A Model of Customer Relationship Management Via the Internet*. Unpublished Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Setiawan, Ilham, Anton, A., dan Susila, I. 2004. *Pengaruh Service Quality Perception Terhadap Purchase Intention : Studi Empirik Pada Konsumen Supermarket*. *Usahawan*, 33 (7), pp. 29-37.
- Subagio, Ahmad. 2010. *Marketing In Busisness*. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sunarya, P. A., Sudaryono, & Saefullah, A. (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tai & Chew, 2012. *“Brand Management: 13 Strategi Membangun Merek Anda”*. Jakarta: Salemba Empat.

Tio Bonardo JMH Sinaga, 2020. "Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kopi Kenangan Sun Plaza Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB USU)". Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Titan Setyaningsih, 2021. "Pengaruh *Islamic Branding*, *Brand Image*, dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo". Skripsi. Ponorogo : Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Vigaray, M. D. D. J., & Segui, A. I. E. (2019). Retailing, consumers, and territory: Trends of an incipient circular model. *Social Science* (8)300.

Wheeler, Alina. 2009. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*, 4th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.

