

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2021). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141-153.
- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image, Brand Equity dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus: (Studi pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre di Kabupaten Lumajang). *In Proceedings Progress Conference* (Vol. 2, No. 1, pp. 406-413).
- 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, ESJ*, 14(13), 228-239.
- Ansori, M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Apriati, I. D. (2021). Pengaruh Green Product, Brand Image dan Customer Experience, terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tupperware di Kabupaten Kebumen) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Arfah, Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Badan Pusat Statistik. (2021). <https://www.bps.go.id/> diakses pada 20 Desember 2021 pukul 19.07.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Baqi, Muhammad. F. A. (2021). *Hadis Shahih Bukhari-Muslim Jilid 1*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Basarudin. (2021). *Dinamika Pemikiran Pendidikan Tgh. M. Najmuddin Makmun di Pesantren Darul Muhajirin Praya*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Celika, Takagi. *Pengaruh Permainan Karuta terhadap Pembelajaran Bahasa Jepang Bagi Mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada)*.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding-Rajawali Pers*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- Departemen Agama RI. (2009). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Sygma ExamediaArkanleena.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe*. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 6(2), 1812-1829.
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple (Doctoral dissertation, Udayana University)*.
- Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Fauzi, D. H. F., & Ali, H. (2021). *Determination of Purchase and Repurchase Decisions: Product Quality and Price Analysis (Case Study on Samsung Smartphone Consumers in The City of Jakarta)*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794-810.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1-13.

- Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2017). *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gainau, M. B. (2016). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Hariansyah, Wahab. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor di Dealer Honda Sleman Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Hidayatullah, S. A. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Asuransi Sinarmas Yogyakarta*. (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Yogyakarta).
- Husain, R., Ahmad, A., & Khan, B. M. (2022). The Impact of Brand Equity, Status Consumption, and Brand Trust on Purchase Intention of Luxury Brands. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2034234.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Junia, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(4), 360-363.
- Kalsum, E. U. (2017). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Tebing Tinggi (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri Cabang Tebing Tinggi). *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1).
- Kementerian Agama RI. 2010. *Al-Qur'anul Karim wa Tafsir, Volume 10 dari Al-Qur'an dan tafsirnya*. Madison: University of Wisconsin.
- Kementerian Agama RI. 2019. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 1-10*. Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

- Kementerian Agama RI. 2019. Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 11-20. Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kementerian Agama RI. 2019. Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 21-30. Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kementerian Perindustrian. (2021). <https://www.kemenperin.go.id> diakses pada 20 Desember 2021 pukul 16.39.
- Khanafi, Y. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Instinct Footwear (Studi pada Konsumen Instinct Footwear Kota Samarinda). Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul, 9(2), 138-142.
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol secara Online pada Masa Pandemi Covid-19 di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(3), 1383-1389.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Khuzey, Tarmizi. (2019). Pengaruh Aspek Astronomi terhadap Terjadinya Perubahan Cuaca dan Iklim Berdasarkan Pengamatan Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika Kelas 1 Bandung. Karya Tulis.
- Komputer, W. (2017). Ragam Model Penelitian & Pengolahannya dengan SPSS. Semarang: CV. Andi Offset & Wahana Komputer.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education. Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). Principles of Marketing, 12th edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Kurniasih, D. (2021). Kepuasan konsumen: studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek. Banten: Bintang Visitama.
- Kurniawan, H. (2021). Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta: Deepublish.
- Lailiyah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Fast Food McDonald's di Kota Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Lantara, A. A. M. O., & Pramudana, K. A. S. (2020). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 9(1), 218-236.
- Maulana, A. P., & Idris, I. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator (pada Rumah Brownies Maylisa Banyumanik) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro Semarang).
- Mauliyani, E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks di Apotek Kimia FarmaAyip Usman Kota Serang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 166-171.
- Maurya, U. K., & Mishra, P. (2012). What is a brand? A Perspective on Brand Meaning. *European Journal of Business and Management*, 4(3), 122-133.
- Muhsin, M. A. (2020). Mengenal Istilah-istilah dalam Pendidikan(Vol. 218). Jawa Timur: Duta Media Publishing.
- Mulyono, Trifena Jessica. (2021). Pengaruh Brand Trust dan Brand Attitude terhadap Brand Preference Pengguna Produk Apple di Kota Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 9.
- Munajat, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin).

- Murni, D., & Asparul, H. (2021). Penafsiran Ayat Al-Libās dalam Tafsir Kontemporer. *SYAHADAH: Jurnal Ilmu al-Qur'an dan Keislaman*, 9(2), 15-27.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winarti, M. B. (2020). Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nasyaikin, A., & Sampeliling, A. (2022). Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Olahraga Merek Adidas di Kota Samarinda. *Kinerja*, 18(4), 648-656.
- Nida, Kudsiah. (2017). Pengaruh Shinto pada Zaman Meiji terhadap Sistem Politik, Budaya, dan Pendidikan (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada).
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24-31.
- Prawira, Bayu dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar". E-Jurnal Manajemen Universitas Undayana 3, No 12.
- Putri, Debi Eka. (2021). Brand Marketing. Bandung: CV. Widina Media Utama.
- Rahayu, Sri. (2021). Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian. Indramayu: Penerbit Adab.
- Ramadhan, P. B. (2020). Analisis Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek NMAX (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

- Reza, Restu Fauzi. (2022). Pengaruh Aspek Astronomi terhadap Terjadinya Perubahan Cuaca dan Iklim berdasarkan Pengamatan Badan Meteorologi dan Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Kelas 1 Pekanbaru. Karya Tulis.
- Ridania, W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Local Product dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Santoso, S. (2017). Statistik multivariat dengan SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Jakarta: Prenada Media.
- Siregar, S. (2015). Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sitorus, S. A., Nada, A. R., & Chairul, P. T. (2022). Brand Marketing: The Art of Branding. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2016). Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sunarno, Ahmad Zaenuri. (2019). "Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie." *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah* 3.01, 35-51.
- Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2004). *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Jakarta: Mizan Pustaka.
- Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi Uin Raden Intan Lampung). *Al-Multazim: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 25-38.
- Syamsuddin, Aisyah. (2021). Terkaman Konsumsi Gadget sebagai Produk Globalisasi Melawan Degradasi Kebudayaan Nasional. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya*, 2(2), 16-33.
- Tarigan, A. A. (2014). *Tafsir ayat-Ayat ekonomi*. Medan : Cipta Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ulfah Hernaeny, M. P. (2021). *Populasi dan Sampel. Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Utomo, Ichsan Widi. (2017). "Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda)." *Jurnal Komunikasi* 8.1.
- Valentino, D. E. (2018). Perancangan Logo Brand Identity Sandpiper sebagai Upaya Peningkatan Brand. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 5(2), 127-140.
- Wahyu Fiqih, Setyadi. *Pengaruh Festival Budaya Jepang yang Ada di Jabodetabek Bagi Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada)*.
- Wibowo, D. G. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus

Pembelian Sepeda Motor di Dealer Tunas Jaya Motor Magelang) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Magelang).

Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1058-1068.

Wydyanto, W., & Ilhamalimy, R. R. (2021). Determination of Trust and Purchase Decisions: Analysis of Brand Image and Price (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(3), 506-516.

Zainal, Veithzal Rivai. (2017). *Islamic Marketing Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.