

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826.
- Afrianty, N., & Agustina, D. (2020). Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies Volume*, 1(2), 121–136.
- Amelia, A. D., Hartono, & Irdiana, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Daging Sapi (Studi pada Lapak Pak Sotro Pasar Klakah Lumajang). *Journal of Organization and Business Management*, 5(3), 213–220.
- Ananta Fauzi, R. U., & Ari Kadi, D. C. (2021). *Perilaku Konsumen dan Strategi* (Cetakan Pe). UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun.
- Anggilia, R., Malik, A., & Siregar, E. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Desa Bayat Ilir Kecamatan Bayung Lencir Ria. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(1), 37–54.
- Annuriyah, K., Ermawati, E., & Muttaqien, F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli pada Toko Meubel See Markonah Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 6(1), 373–382.
- Anwar, K., Hartono, & Muttaqien, F. (2019). Implementation of promotion and quality services to attract consumer interests buy coffee shops city sub district Lumajang. *Progress Conference*, 2(2), 333–339. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>
- Astuti, A. D., & Setyawan, D. (2023). Pengaruh inovasi produk, harga dan promosi terhadap minat beli fremilt di kecamatan jebres surakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 1(3), 288–295.
- Astuti, N. W., Sagir, J., & Mulyono, L. E. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Country Of Origin , Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Viva Cosmetics Pada Konsumen Indonesia. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 1(4), 1–10.
- Aulia, L., Wicakono, T., & Azzahraty. (2023). Peran Brand Ambassador Twice Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 1(4387–400).

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Chalil, R. D., Juli, D. P. S., Zikriatul, U., & Abdul, H. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global"*. Depok: Rajawali pers.
- Daniar Paramita, R. W. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi 1).
- Dhewanto, Wawan *et al.* (2015). *Manajemen inovasi untuk usaha kecil dan mikro*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Djaharuddin, D., Djufri, F., Ismail, A., Maburur, & St. Hardiyanti. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Tupperware Pada Pt . Dian Nugraha Sakti Di Makassar. *Jurnal Ilmiah Bongaya (Manajemen & Akuntansi)*, Xxi, 25–32.
- Elma, Mardini, Y., & Muyasarah, I. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Endorsement Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram Wardahbeauty. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(01), 9–24.
- Fabuari, A., & Syaifullah. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen John's Bakery di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 85–94.
- Fatila, A. N., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi di Kota Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 11(12), 111–122.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, P. D. A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. In *BP Undip 2*.
- Fitriyani, E. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(4), 577–586.
- Ghozali, Imam. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi)*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hakim, I., Carito, D. W., & Abrori, I. (2023). The Effect of Price , Facilities and Services on Visitor Interest in the Wonorejo Integrated Waterpark Area

- Lumajang. *International Social Sciences and Humanities*, 2(3), 1379–1387.
- Ilham, M., & Firdaus. (2019). *Islamic Branding Dan Religiusitas* (Saepuddin & D. Septian (ed.)). P3M Stain Kepri.
- Isnaini, N. (2022). Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(3), 127–144. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Istikhomah, Y. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Kosmetik Emina Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Emina di Kecamatan Lumajang)*.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Khikmah, R. Z. (2022). *Pengaruh Islamic Branding, Inovasi Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Jenang Karomah Kudus*. 8.5.2017, 2003–2005.
- Kholik, Abdul *et al.* (2020). *Perilaku Konsumen Ruang Lingkup dan Konsep Dasar*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, P. A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif* (Kelima). Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Kurniawati, A. A., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2022). Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli. *Bandung Conference Series : Business and Management*, 2(1), 232–237.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Maron, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding , Kualitas Produk , dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millenial di Kabupaten Kudus. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 289–302.

- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Manullang, & Hutabarat, E. (2016). Manajemen Pemasaran. In *manajemen pemasaran* (pertama, p. 240). Indomedia Pustaka.
- Margareta, P., Ermawati, E., & Taufik, M. (2023). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung di Pemandian Waterpark Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 6(2), 455–464.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.)). PT. Nasya Expanding Management.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial* / Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP. In Bandung: Pustaka Setia.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (EWom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4), 744–752.
- Riduwan. (2018). *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis* (M. P. Prof. Dr. H. Akdon & M. . Zainal Arifin (ed.); cetakan 11). Alfabeta.
- Riyanto , S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*.
- Rizal, N., & Paramita Daniar, R. W. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kedua).
- Rossiter, J. R., Percy, L., & Bergkvist, L. (2018). *Marketing communications: Objectives, strategy, tactics*. Sage.
- Safrina, Yusnidar, C., & Nellyyana. (2023). Hubungan Islamic Branding , Kualitas Produk Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Skincare (Studi Pada Mahasiswa Universitas Jabal Ghafur yang Menggunakan Produk Skincare). *Jurnal mafebis*, 1(1), 58–70.
- Santi Diwyarthi, N. D. M., Tamara, S. Y., Anggarawati, S., Trinada, O., Gemilang, F. A., Sulaeman, M. M., Sarjana, S., Utama, S. P., Mulyana, M., Verawaty, Butarbutar, D. J. A., Hadawiah, A. M. U., Lestari, N. indah, & Anggara, F. S. A. (2022). *Perilaku Konsumen Get press* (M. Sari (ed.); Nomor August). PT Global Eksekutif Teknologi.

- Saputra, J. A., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Bentuk Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Tahu Jaya. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(1), 138–146.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metode Penelitian* (Ayup (ed.); Edisi 1). Literasi Media Publishing.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha (ed.)).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (21 ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). In *Cetakan ke Tujuh*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. In *Alfabeta*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran – Prinsip, penerapan dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (cetakan 11). Rajawali Pers.
- Yuniarti, S. V. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.