

Daftar Pustaka

- Ali, Yunus. 2012. *Halal Branding: A Study of Moslem Consumers Perspective. On Proceedings of The 2nd Global Islamic Marketing Conference*. Abu Dhabi. Pp 1-6
- Alserhan, Baker Ahmad. *On Islamic branding : Brands As Good Deeds, Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1 No. 2, 2010
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Peraktik*. (EdisiRevisi). Jakarta : Rineka Cipta.
- Asraf. 2014. Pengaruh Kualitas Prouk terhadap keputusan menyimpan dana di bank muamalat pasaman barat dngan religiusitas sebgai variabel moderator. 2014. Yappas Pasanan Barat.
- Dharmmesta, Basu Swasta, Handoko. T Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi ketiga, Andi, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y. & Stark. R. 1994. *Region and society in Tension*. Chicago : Rand McNally and Company.
- Hartono, Bambang. 2013. *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Jumani and Siddiqui. 2012. *Bases of Islamic branding In Pakistan: Perception or Believes. On Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business*. Vol. 3. No. 9.
- Kuncoro, Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, edisi 4*. Penerbit PT Erlangga, Jakarta
- Nasrulloh, muhammad. “*Islamic branding , Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*.” 2015. Pekalongan.
- Nazaruddin, Ietje dan Basuki, Agus Tri.(2015). *Analisis Statistik dengan SPSS*.Yogyakarta: Danisa Media.
- Nickels, William G., James M. Mchugh, dan Susan M. Mchugh. Alih bahasa oleh Elevita, Y. dan Diana, A. (2009). *Pengantar Bisnis buku 1 (edisi 8)*.Jakarta : Salemba Empat.
- Rahmawati, Alni ; Fajarwati; Fauziyah. 2016. *Statistika Teori dan Praktek*. Edisi 3. Prodi Manajemen, Unversitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ranto, 2013. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan”. *Jurnal Managemen dan Bisnis*.

- Reitsma, Jan, dkk. 2006. *Dimension of Individual Religiosity and Charity: Cross National Effect Differences in European Countries. On Review of Religious Research*. Vo. 47 (4). PP: 347-362.
- Santoso, Singgih. 2000. *Latihan SPSS Statistik Parmetik*. Gramedia, Jakarta.
- Solimun, 2011. Analisis Variabel moderasi dan mdiasi. Program Studi Statistika FMIPA UB 31 V. <http://www.academia.edu>
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu, dan Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Temporal, Paul. 2011. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara.
- Thouless, R.H.(2000). *Pengantar Psikologi Agama*. Penerjemah: Machun Husein. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Pamartha, Ana, Dya., Yulianto, Edi., dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Prefensi Konsumen dan Keputusan Keputusan Pembelian*
<http://www.pewresearch.org/> di akses pada 7 Mei 2018
<http://www.kemenperin.go.id/statistik-industri> di akses pada 19 Mei 2018
[http://www.marketing .co.id/wardah-jadi-merek-top-indonesia/](http://www.marketing.co.id/wardah-jadi-merek-top-indonesia/) diakses pada 20 Mei 2018
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/> diakses pada 21 Mei 2018
[https:// www.pti-cosmetics.com/](https://www.pti-cosmetics.com/) diakses pada 19 Oktober 2018
[https:// www.paragon-innovation.com /](https://www.paragon-innovation.com/) diakses pada 21 Oktober 2018