

DAFTAR PUSTAKA

- Anang, F. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (palning dan Strategy)*. Jakarta: Qiara Media.
- Awaluddin Sitorus, H. A. (2019). *Gerakan Inovasi Mnedidik Berkarakter* . Lampung: Swalova Publishing.
- bankbsi.co.id. (n.d.). *Tentang Kami, Informasi Lengkap Tentang Bank Syariah Indonesia* . Retrieved Oktober 5, 2021, from bankbsi.co.id: <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Bilson, S. (2003). *Menenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .
- Broto, K. S. (2019). *Memahami Bisnis Bank Syariah Sekolah Membentuk Keberkahan dan Kemandirian Finansial SISWA*. Bayumas: Omera Pustaka.
- Fuad, M. (2016). *Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas layanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pada Penggunaan Bus Trans Jogja di Yogyakarta* . Skripsi.
- Indonesia, I. b. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iqbal, M. (n.d.). *5 Produk Populer Bank Syariah di Indonesia*. Retrieved Oktober 5, 2021, from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210421134225-29-239595/5-produk-populer-bank-syariah-di-indonesia-simak-nih](https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210421134225-29-239595/5-produk-populer-bank-syariah-di-indonesia-simak-nih)
- Iqbal, M. (n.d.). *Produk-produk Bank Syariah di Indonesia* . Retrieved Agustus 23, 2021 , from [cbncindonesia.com : https://cnbcindonesia.com/syariah/20210421134225-29-239595/5-produk-produk-bank-syariah-di-indonesia-simak-nih](https://cnbcindonesia.com/syariah/20210421134225-29-239595/5-produk-produk-bank-syariah-di-indonesia-simak-nih)
- Irwan, P. (2000). *Logika dan Prosuder Penelitian* . Jakarta: STIA-LAN Press.
- Materi, A. (n.d.). *Pengertian Strategi Menurut Para Ahli Secara Umum* . Retrieved Desember 31, 2021, from [materibelajar.co.id: https://materibelajar.co.id/pengertian-strategi/](https://materibelajar.co.id/pengertian-strategi/)
- materibelajar.co.id. (n.d.). *Pengertian Strategi Menurut Para Ahli Secara Umum* . Retrieved Agustus 18, 2021, from [materibelajar.co.id: https://materibelajar.co.id/pengertian-strategi/](https://materibelajar.co.id/pengertian-strategi/)
- materibelajar.co.id. (n.d.). *Pengetian Strategi Menurut Para Ahli Seacra Umum* . Retrieved Agustus 18, 2021, from [materibelajar.co.id: https://materibelajar.co.id/pengetian-strategi/](https://materibelajar.co.id/pengetian-strategi/)
- Nashr, T. (n.d.). *Konsep Promosi Produk Menurut Prespektif Hukum Islam*. Retrieved Agustus 30, 2021, from [rumahfiqih.com: https://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473](https://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473)

- Parta, I. (n.d.). *Pengertian Menabung, Macam, Tujuan , dan Manfaat*. Retrieved Agustus 24, 2021, from pendidikan.co.id: <https://pendidikan.co.id/pengertian-menabung-macam-tujuan-dan-manfaat/>
- Parulian, S. H. (2021). *Manajemen Prilaku Konsumen dan Loyalitas*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Pupu, S. (2019). *Strategi Belajar Mnegajar*. Surabaya: Scopindo.
- Puspaningtya, L. (n.d.). *BSI Terus Kembangkan Produk Digital* . Retrieved Desember 01, 2021, from republik.com: <https://republik.co.id/berita/r3ftje457/bsi-terus-kembangkan-produk-digital>
- Puspaningtyas, L. (n.d.). *BSI Kirimkan Relawan Medis ke Lokasi Terdampak Erupsi Semeru*. Retrieved Desember 06, 2021, from republik.co.id: <https://republik.co.id/berita/r3o3oz423/bsi-kirimkan-relawan-medis-ke-lokasi-terdampak-erupsi-semeru>
- Puspaningtyas, L. (n.d.). *Strategi Tumbuh BSI Pasa 2022*. Retrieved Desember 03, 2021, from republik.co.id: <https://republik.co.id/berita/r3jph6457/strategi-tumbuh-bsi-pada-2022>
- Rangkuti, F. (2004). *Flexibel Marketing : Teknik Agara Tetap Tumbuh Dalam Situasi Bisnis Yang Bergejolak dan Analisis Kasus* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands Teknik Pengelola Brand Equity dan Strategi Perkembangan Merek* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Yang Integrated Markeiting Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Repunlik, P. (n.d.). *pelayananrepublik.id*. Retrieved Agustus 2021, 16, from Pengertian Minat, Ciri, dan Contohnya .
- Romadhoni, M. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembeli Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY* . Skripsi.
- Saleh, S. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Vans*. Retrieved Agustus 20, 2021, from repository.usd.sc.id: <https://repository.usd.ac.id/32439/>
- sodexo.co.id. (n.d.). *5 Dimensi Kepuasan Pelanggan Yang Jarang Diketahui Pebisnis Pemula* . Retrieved Desember 31, 2021, from sodexo.co.id: <https://www.sodaxo.co.id/dimensi-kepuasan-pelanggan-yang-jarang-diketahui-pebisnis-pemula/>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penilaian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sutrisno. (2021). *Meningkatkan Minat dan Belajar TIK Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*. Jakarta: Ahlimedia Press.
- Tanady, E. S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *skripsi*.
- Teodora, S. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Pembentukan Citra Merek Produk Sepatu Olahraga Nike. *Essence: Jurnal Seni, Desain, Komunikasi, Penelitian Muda, Volume 1 Nomor 1 Juni 2013*.
- Walfajri, M. (n.d.). *Jadi Penopang Bisnis, Pembiayaan Konsumer BSI Tumbuh 21,43% per Kuartal III-2021*. Retrieved November 24, 2021, from kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/jadi-penopang-bisnis-pembiayaan-konsumer-bsi-tumbuh-2143-per-kartal-iii-2021>
- warnadi, T. A. (2019). *Menejemen Pemasaran*. Sleman: CV Budi Utama.
- wikipedia.org. (n.d.). *Pengetahuan*. Retrieved Agustus 18, 2021, from wikipedia: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/pengetahuan>
- wikipedia.org. (n.d.). *wikipedia*. Retrieved Agustus 16, from Citra Perusahaan : https://id.wikipedia.org/wiki/citra_perusahaan
- www.nu.or.id. (n.d.). *Merek Menurut Hukum Islam*. Retrieved Oktober 25, 2021, from www.nu.or.id: <https://www.nu.or.id/post/read/93065/merek-menurut-hukum-islam>
- Yuniarti, V. S. (2016). *Ekonomi Makro Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Zia, K. (n.d.). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi (skripsi)*. Retrieved Agustus 18, 2021, from researchgate.net: https://www.reasechgate.net/publication/335630395_Analisis_Pengaruh_Brand_Awareness_dan_Brand_Image_terhadap_Keputusan_Pembelian_Busana_Muslim_Merek_Rabbani_di_Kota_Jambi

- Anwar, V. Y. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal ekonomi islam*, 56.
- Ariani. (2015). *Pengetahuan Bahan Makanan dan Minuman* . Malang: PENERBIT GUNUNG SAMUDERA.
- Awaliah, R. (2019). *Minat Masyarakat terhadap Industri Kosmetik Berlabel Halal*. Kompasiana.com.
- Azis, F. (2018). *Ekonomi Bisnis* . Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Aziz, A. (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Penerbit Erlangga.
- Bambang Sugeng Ariani Subagyono, d. (2020). *Perlindungan Konsumen Muslim Atas Produk Halal*. Jakarta: Jakad Media Publishing.
- Batubara, U. E. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO.
- Dzakfar, M. (2012). *Etika Bisnis*, Jakarta: Imprint Dari Penebar Swadaya.
- Eksplor, W. (2015, juli). *Hidup Sehat dengan Produk Halal*. Retrieved from Kemendag.go.id.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Sleman: PENERBIT DEEPUBLISH.
- Hafid. (2020). *Kesadaran Masyarakat Urus Sertifikasi Halal Produk dan Jasa Masih Rendah*. Jember: Prosalinaradio.com.
- Irawan, P. (2000). *Logika dan Prosedur Penelitian* . Jakarta: STIA-LAN Press.
- Jabbar, A. A. (2020). *Tips Memilih Kosmetik Halal*. Jakarta: MADANINEWS.ID.
- Konoras, A. (2017). *Jaminan Produk Halal*. Depok: PT RajaGrafindo.
- Kotler, P. (1992). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Maulana, A. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Berdasarkan Label Halal Di Depot Jamu. *Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Tasikmalaya*.
- Medias, F. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang : UNIMMA PRESS.
- Nasional, K. P. (2018). *MASTERPLAN EKONOMI SYARIAH INDONESIA* . Retrieved from Knks.go.id: https://www.google.co.id/ur?=https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan%2520Eksyar_Preview.pdf
- Ningrum, A. K. (2015). *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*. Malang: Penerbit GUNUNG SAMUDERA.

- Pakkana, W. d. (2013). *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Panjuk, M. d. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Malang: Ahlimedia Press.
- Retno Indraswari, d. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL DIKOTA BOGOR. *Journal of Applied Business and Economic*, 114.
- Rossanty, Y. (2018). *Costumer Behavior*. Medan: LEMBAGA PENELITIAN DAN PENULISAN ILMIAH AQLI.
- Sarwat, A. (n.d.). *Halal atau Haram Kejelasan Menuju Keberkahan*. Jakarta: Imprint PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Somba, R. (2018). *BElasan Miliar Rupiah Ksometik Ilegal Disita*. Jakarta: Validnews.id.
- Sudarwi. (2014). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Memilih Produk Makanan (Studi Kasus Masyarakat di RT/RW 002/008 Kelurahan Sungguminasa Kabupaten Gowa.
- Sugiyoni. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Suprayitno, E. (2005). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susilawati, I. R. (2019). *Cara Wardah Hadirkan Produk Kosmetik Halal*. Jakarta: REPUBLIKA.CO.ID.
- Sutrisno, R. (2021). Perilaku Konsumen Muslim Persepsi Religiusitas Dan Persepsi Atribut Produk Terhadap Loyalitas Produk Makanan DAN Minuman Berlabel halal Di Kalangan Mahasiswa Muslim Di Bandung.
- tantri, T. a. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Ujang Sumarwan, d. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB press.
- Veithzal, d. (2017). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Woman. (2018). *Ini Alasan Muslimah Sebaiknya Pakai Kosmetik Berlabel Halal*. Jakarta: KumparanSTYLE.
- Woman. (2019). *Daftar Kosmetik Halal di Indonesia yang Telah Disertifikasi MUI*. Jakarta: KumparanSTYLE.
- Wulansari, F. D. (2019). *Perilaku Konsumsi Yang islami*. Jakarta: Kompasiana.com.

Zulham. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen* . Jakarta: Penerbit Kencana.

Zulham. (2018). *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Jakarta Timur : Penerbit Kencana.