

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press, 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/juwxn>.
- Aji, Fernadi Hutomo, and Prof. Dr. Hatane Samuel. "Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 3, no. 1 (2015): 1–10. <https://media.neliti.com/media/publications/140369-ID-analisa-pengaruh-brand-identity-terhadap.pdf>.
- Akil, Muhammad Zainuddin. "Branding Dalam Sejarah Ekonomi Islam." *Ijtihad : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2015): 21–42.
- Alami, Alda Arta, and Endri Yenti. "Analisis Strategi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Krupuk Sanjai Jaso Mandeh Aur Kuning Kota Bukittinggi Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 12 (2025): 723–30. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15715875>.
- Albanjari, Fatkhur Rohman, and Ahmad Iqbal Tanjung. "Konsep Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Tantangan Generasi Millennial." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2019): 296–309. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v5i2.1848>.
- Amanah, Rakhmania Hemas. "Pengaruh Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kosmetik Somethinc." *Komversal* 4, no. 2 (2022): 148–63. <https://doi.org/10.38204/komversal.v4i2.1027>.
- Anurogo, Dito, Ahmad Nilnal Munachifdlil Ula, Siti Hamidah, Muhamad Abas, and Mohammad Adnan. *Pengantar Fiqih Muamalah*. Solok: Mafy Media Literasi Indonesia, 2023.
- Anwar, Khairul, Muhammad Ashoer, Aisyah Nuramini, Irlina Dewi, Mizan Abrory, Putri Hana Pebriana, Jafar Basalamah, and Sumianto. *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*. Bengkalis-Riau: DOTPLUS Publisher, 2022.
- Arifin, Mohammad Jauharul. "Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* 08, no. 1 (2021): 67–83. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/>.
- Bakri, Adzan Noor. *Spiritual Marketing*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Choirun Nisak. "Etika Bisnis Perspektif Etika Bisnis Syariah." *Journal of Economics and Business* 1, no. 2 (2023): 107–18. <https://doi.org/10.61994/econis.v1i2.204>.

- Fatat, Mayis Ni'mal. "Strategi Branding Berbasis Media Sosial Instagram Di UIN Walisongo Semarang." UIN Walisongo Semarang, 2022. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21134>.
- Febriany, Rizka Nurhaliza, Depy Muhamad Pauzy, and Dudu Risana. "The Effect Of Brand Personality, Price Perception And Product Quality On Purchasing Decisions (Survey on Batik Deden Tasikmalaya Product Consumers)" 4, no. 2 (2024): 213–30. <https://doi.org/10.37676/jfm.v4i2.6736>.
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, et al. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*. Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2020.
- Firmansyah, Anang. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Hamzah, Radja Erland, Rialdo Rezeky Manogari, and Riska Putri Shabrina. "Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen." *Komunikata* 57 1, no. 1 (2020): 50–59. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119>.
- Haque-fawzi, Marissa Grace, ahmad syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, and Denok Sumarsi. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi. Pascal Books*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Heriyadi. "Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference Dan Points of Parity)." *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 03, no. 03 (2017): 261–71.
- Ichsannudin, and Hery Purnomo. *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Isnaini, Nur. "Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 3 (2022): 127–44. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n3.p127-144>.
- Kayawati, Lilis, and Esa Kurnia. "Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah." *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 3 (2021): 39–49. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v3i03.81>.

- Kementerian Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019.
- Khusnah, Asma'ul. "Peran Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal 'SS' Kediri Jalan Pahlawan Kusuma Bangsa No. 26, Banjaran, Kota Kediri)." IAIN Kediri, 2020. <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/1699>.
- Kodrat, David Sukardi. *Manajemen Merek Dan Strategi E-Commerce: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Kustiyah, E, and Irawan. "Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan Di Pasar Malam Ngarsopura Surakarta." *Jurnal Paradigma* 12, no. 01 (2014): 1–11.
- Kusuma, Aditya Halim Perdana, Acai Sudirman, Agung Purnomo, Siti Aisyah, Syafrida Hafni Sahir, Astri Rumondang Salmiah, Fitria Halim, Alexander Wirapraja Darmawan Napitupulu, and Janner Simarmata. *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. I. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Lesmana, Nandang, Ilham Hakim, Amriadi Sanjaya, Izzy Samsu Marsin, Eko Prasetyo, Heryani Witiyastuty, and Ildil Jamal. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semesta, 2022.
- Luthfi, Ahmad, Sri Kasnelly, and Abd. Hamid. *Metode Penelitian Ekonomi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2022.
- Melinia, Arisa. "Strategi Variasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat Perspektif Marketing Islam (Studi Kasus Pada UMKM 'Nira Sari' Desa Nambaan Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)." IAIN Kediri, 2023. <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/8258>.
- Muchtar, Suwarma Al. *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri, 2015.
- Nardo, Rio, Liza Yuliana, Kania Ratnasari, Jeffry Nugraha, Anne Lasminingrat, Hero Wirasmara Kusuma, Meydy Fauziridwan, et al. *Branding Strategy Di Era Digital*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2024.
- Nastain, Muhammad. "Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk)." *CHANNEL: Jurnal Komunikasi* 5, no. 1 (2017): 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>.
- Nugraha, Hari, Fitrie Ariyanti, and Darwanto. "Penerapan Branding Pada Ukm Makanan Ringan Di Kabupaten Jepara." *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no. 1 (2017): 16–23. <https://doi.org/10.14710/jab.v6i1.16602>.

- Nuzula, Sayda Firdausi, Nilna Fauza, and Dhiya'u Shidiqy. "Strategi Marketing Mix Klinik Paradise Parisudha Desa Sumberagung Plosoklaten Kediri Dalam Meningkatkan Volume Penjualan." *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4, no. 1 (2024): 104–21. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v4i1.1461>.
- Pane, Ismail, Hasan Syazali, Syaflin Halim, Karimuddin, Imam Asrofi, Muhammad Fadhlán Is, Kartini, et al. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.
- Prihandini, Rizkia Dwi, and Artono. "Eksistensi Industri Tahu Kuning Di Kediri Tahun 1990-2020." *AVATARA: Journal Pendidikan Sejarah* 10, no. 3 (2021): 1–9.
- Puspitasari, Reny, Asrofi, and Alghifary Imanda Putri Amaria. "Strategi Branding Bakso Sebagai Identitas Wisata Kuliner Di Kota Malang." *Cahaya Mandalika* 3, no. 2 (2023): 1031–38. <https://doi.org/10.36312/jcm.v3i2.2168>.
- Putri, Debi Eka, Acil Sudirman, Asep Dadan Suganda, Riana Dewi Kartika, Erni Martini, Heni Susilowati, Bambang, et al. *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2019.
- Rahajoe, Ani Dijah, Muchlisiniyati Safeyah, and Aninditya Daniar. "Penguatan Branding UMKMGo-Digital Usaha Eka Jaya Tekstil." *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2023): 184. <https://doi.org/10.30872/plakat.v5i2.13197>.
- Safitri, Ika Septi. "Strategi Branding Pada Pelipur Kopi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen." UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023. <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/8951>.
- Sejati, Puspita Disti Anggraini. "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT. Rotte Ragam Rasa Di Pekanbaru)." UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Sitorus, Sunday Ade, Nada Arina Romli, Chairul Pua Tingga, Ni Putu Sukanteri, Seprianti Eka Putri, Antonius Phillippus Kurniawan Gheta, Aditya Wardhana, et al. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Cv. Media Sains Indonesia. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sundari, Dewi, Erliyanti, Dini Ventianty, Vannya Euorita Tarigan, and Muhammad Rizka. "Analisis Peningkatan Usaha Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Muslim Di Kota Medan." *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 10, no. 1 (2023): 94–106. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i1.3951>.

- Susanti, Andi, Liliani Suratan Handayani, Siti Komariah Hildayati, Lesi Hertati, and R M Rum Hendarmin. "Branding Dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong Umkm Di Desa Petanang." *Communnity Development Journal* 4, no. 4 (2023): 7628–35. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19133>.
- Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2020.
- Swastha, Basu, and Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Tamam, Selviana Hidayat, and Linda Safitri Hidayat. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kalibata Coffee Kalianda." *Kalianda Halok Gagas* 4, no. 1 (2021): 34–44. <https://doi.org/10.52655/khg.v4i1.9>.
- Tania dan Diah Dharmayanti, Debby. "Market Segmentation, Targeting, Dan Brand Positioning Dari Winston Premier Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014): 1–7.
- Telaumbanua, Tekun Iman, Yupiter Mendrofa, Ayler Beniah Ndraha, and Yuterlin Zalukhu. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Tahu Murni Kota Gunungsitoli." *Journal of Accounting and Finance Management* 5, no. 4 (2023): 674–687. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i4.754>.
- Utari, Dewi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. "Pengaruh Islamic Branding Dalam Pemasaran Produk Kepada Konsumen Muslim." *Tirtayasa Ekonomika* 17, no. 2 (2022): 55–70. <https://dx.doi.org/10.35448/jte.v17i2.13604>.
- Valensia, Shella, and Vivi Vivi. "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Lotion Di Pontianak." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2022): 8–14.
- Wardhana, Aditya. *Brand Positioning. Brands and Branding*. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024. <https://doi.org/10.4324/9781003457282-5>.
- Wibowo, Agus. *Pengantar Marketing (Seni Menjual Produk Bisnis)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- Widianto, Andri. "Strategi Variasi Produk Dalam Mengembangkan Usaha Kedai Kopi Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Titik Tuju Coffee & Roastery Kota Kediri)." IAIN Kediri, 2022.
- Widianto, Andri, Ali Samsuri, and Sri Hariyanti. "Strategi Variasi Produk Dalam Mengembangkan Usaha Kedai Kopi." *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2022): 69–83. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i1.33>.

Zainuddin, Moch. “Pertumbuhan Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam.” *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2017): 121–30.
<https://doi.org/10.30762/istithmar.v1i2.116>.