

DAFTAR PUSTAKA

- A, Isnadan Warto. 2018 . Analisis Kuantitatif Panduan Praktis Untuk Penelitian Sosial Dilengkapi Dengan Analisis Nominal dan Ordinal. Purwokerto: STAIN Press.
- Africano, Frernando. 2020. *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Palembang: Rafah Press).
- Alfiyah, Nuraini. 2015. “*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*”. Semarang.
- Al-Qur’an Surah Al-Zalzal. 99: 7-8.
- Al-Qur’an. Surah Al-Baqarah Ayat 286.
- Al-Qur’an. Asy-Syu’araa’ ayat 181-183.
- Al-qur’an. Surah Al-Ahzab Ayat 21.
- Al-qur’an. Surah Al-Ahzab ayat 59.
- Al-qur’an. Surah Al-Ma’idah Ayat 100.
- Al-Qur’an. Surah Hud Ayat 85.
- Anam, Miftahul. 2021. “*Pengaruh Brand Image Product Design Dan Celebrity Endorser Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Sepatu Sepak Bola Merek Specs)*”. Jurnal Manajemen. STIE Putra Bangsa Kebumen.
- Anas, Ahmad Aulia dan Tri Sudarwanto. 2018. “*Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya*”. Universitas Negeri Surabaya. JPTN. Vol.8 No.3.

- Annisa, Siswandi Risky. 2019. "*Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*". Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. Vol. 8 No.9.
- Ayu, Anisha Pradipta Dyah. "*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T Di Makassar*"(Makassar:Universitas Hasanuddin.
- Ayu, Rinawati Gusti dkk. 2021. "*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota Denpasar*". Jurnal Emas. Vol.2 No1.
- Ayyu, Manda Nadhifa Dan Widhayani Putri Setyoningtyas. 2021 *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Luwak White Koffie(Study Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*". *Journal Of Sustainability Business Research*.Vol 2 No1.
- Bbs.binus.ac.id. 2017. Teori yang biasa digunakan untuk mengukur perilaku konsumen (theory of reasoned action, artikel).
- Busana Muslim *Fashion*. 2020 .<http://topbrand-award.com>. diakses pada 22 Februari 2022.
- Chusnah Dan Ahmad Zaenuri. 2020. "*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol.2 No.2.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, CV penerbit di Poneggoro:Bandung.

- Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta:CV Ass-Syifa, 1998).
- Dhaefina, Zahra dkk. 2021. "*Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram*". Jurnal Manajemen. Vol.7 No.1.
- Dharma, Yudha Putu dan Ida Bagus Sudiksa. 2018. "*Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Pembelian Merchandise Bali United di Gianyar*". E-Jurnal Manajemen Unud, Vol7 No 9.
- Dwi, Lestari Handayani Livia Dan Kosasih. 2020. "*The Effect Of Celebrity Endorser And Brand Image Towards Purchasing Decisions Of Pixy Products In Karawang*" Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol.8 No.4.
- Dwi, Nugroho Ilham dan Siti Sarah. 2021. "*Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek Maliqa)*".Jurnal Indonesia Membangun. Vol 20 No1.
- Dwi, Rahayu Devita Dan Rulirianto. 2020"*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mie Bangcad Di Kota Malang*".Vol.6 No.1.
- Fadhila, Salsabila Dita dan Luk Luk Atul Hidayati. 2021. "*Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Shopee (Studi Empiris Pada Kaaryawan Bank Jateng di Wliayah Kedu)*". UniversitasMuhammadiyah Magelang. Jurnal Manajemen.
- Fani, Reza Iredho. 2016.*Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombbinasi*. Palembang: NoerFikri Offset.

- Gebiela, Siregar Stephanie Dan Jontro Simajuntak. “*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram*”. Jurnal Manajemen, diakses pada 19 Oktober 2021.
- Ghozali, Imam. 2016. *Anlisis Multivirate Dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Habibah dkk. 2018. “*Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Perempuan Muslim Di Kota Bogor)*”. Vol 7 No 2.
- Hakim, Arif Prasetya Candra dkk.”*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian*”, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.15, No.5
- Hayati, Rina. 2021. “*Pengertian Skala Likert, ciri, dan Contohnya*”. <http://penelitianilmiah.com/skala-likert/>.\. diakses pada 20 Oktober 2021 pukul 13:20.
- Herdiani, Rian dkk. 2016.“*The Influence Of Celebrity Endorse, Brand Image To Customer Buying Decision*”. Jurnal Manajemen.
<http://digilib.uinsby.ac.id> diakses pada 14 november 2021, pukul 13.45 WIB
http://id.m.wikipediaorg/wiki/manajemen_pemasaran. diakses pada tanggal 21 Februari 2022.
- Indina, Harbani Rahma. 2021. “*Surat Al Ahzab Ayat 59: Perintahh Menutup Aurat bagi Wanita*”,<http://news.detik.com/berita/d-5716649/surat-al-ahzab-ayat-59-perintah-menutup-aurat-bagi-wanita>.(diakses pada 19 Oktober 2021 pukul: 16:22 WIB

- Infosky. “*Kunci Sukses Bisnis*”, Dalam [http://infosky.wordpress.com?2008?04?11?Kunci sukses bisnis](http://infosky.wordpress.com?2008?04?11?Kunci%20sukses%20bisnis). Diakses pada tanggal 14 November 2021 pukul 8:23.
- Irawan, Abi Yudi. 2020. “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu”. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 15. No 1.
- Julaiha, Daulay Siti. 2021. “*Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*”. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Junni, Kalangi Natalia dkk. 2019. “*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear*” *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 8 No 1.
- Kundula, Mahanati. 2017. “*Pengaruh Celebrity Endorse Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Di Outlet Rabbani Kota Jambi*”. Jambi.
- Listyadewi, Supriyadi Yana. 2019. “*Hubungan Antara Celebrity Endorser, Self-Brand Connection, Relationship Quality Dan Repurchase Intention, Pengaruh Moderasi Customer Satisfaction Dan Jenis Media*”. *Jurnal Manajemen*.
- Mahmudi. 2018. “*Endorsement Dalam Perspektif Islam*”. *Ekonomi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Mahyarni, Theory Of Reasoned Action dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*.

- Maulina, Lia. 2020. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Fashion Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention Trend* Busana Muslim Pada Generasi Milenial Muslim”.
- Merry, Anggraeni Angelica. 2020. “Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Terhadap *Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Emina* Dengan *Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Mediasi*”. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Minnatul, Jannah Ulfah. 2020. “Pengaruh *Brand Image* Dan *Celebrity Endorse* Terhadap *Keputusan Pembelian Produk Rabbani* Pada Mahasiswa *Febi Uin Sts Jambi*”. S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. UIN STS Jambi.
- Munawaroh, dkk. 2020. “Pengaruh *Selebrity Endorse*, *Citra Merek* dan *Harga* Terhadap *Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Asrama UNDHARI)”. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Universitas Dharma Indonesia*. Vol3 No 1.
- Nata, Kurniawan Chintya Dan Anie Susanto. 2020. “Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image* Dan *Testimoni Di Instagram* Terhadap *Minat Beli Konsumen*”. Vol.3 No 2.
- Nirmalasari, *Hak merek dan Hak Cipta*, <http://nirmalasari.blog.com>, diakses pada tanggal 27 Juni 2022
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Edisi Pertama. (Jakarta: Prenadamedia Group.

- Nuraini, Alifiyah. 2015. "*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*". Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Okora, Andika. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorse Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu SGM Pada Ibu Rumah Tangga*. Yogyakarta. Jurnal Ekonomi.
- Parengkuan, Valentino dkk. 2017. "Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampo Head And Shoulders* Di 24 Mart Manado". Jurnal Manajemen. Vol.2. No.3'
- Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 2019. Jawa Timur: Indonesia Press.
- Priyanto, Dwi. 2018. *Mandiri Belajar SPP (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. (Yogyakarta: Mediakom, 2008).
- Priyastama, Romie. 2017. *Pengelolaan Data dan Analisis data*. Bangun Harjo: PT. Anak Hebat.
- Rahmawati. 2016. "*Manajemen Pemasaran*". Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rais, Purnomo Meidi. 2021. "*Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Regional III Pt. Pos Indonesia (Persero) Palembang*". (Palembang: UNSRI.
- Ramadhani, Ira dan Prameswara Samofa Nadya. 2020. "*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup*". Jurnal Homepage. Perbanas Institute.

- Rizan, Mohammad. “*Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Loyalty Teh Botol Sosro*”. Vol 3 No 1.
- Rosita, Dewi Ivo Novitaningtyas. 2021. “*Pengaruh Celebrity Endorse dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Mahasiswa*”. Jurnal INOBIS. Universitas Tidar Magelang. Vol. 4 No. 4.
- Sabera, Adib Helen. 2015. *Metodologi Penelitian*. Palembang: NoerFikri
- Sanditya, Rizka. 2019. “*Hubungan Celebrity Endorse Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram*”. Universitas Mulawarman Samarinda. Jurnal Ekonomi. Vol.7 No.1,
- Sartika, Ulfa Rima. 2019. “*Upaya IFC (Indonesian Fashion Chamber) Dalam Mewujudkan Indonesia Sebagai ”The Fashion Muslim Center Of The World 2025”*”. Vol6 No1.
- Savero, Rakha Heda Naufal. 2017. “*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus Pada Merek Clear)*”. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiyono. “*Pengertian Metode Penelitian Dan Jenis-Jenis Metode Penelitian*”. Diakses pada tanggal 23 Desember 2021 Pukul 13.20.
- Swastha, Dharmmesta Basu. Riset Tentang Minat dan Perilaku Konsumen. Sebuah catatan dan Tantangan Bagi Peneliti Yang engacu Pada “*Theory Of Reasoned Action*”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Vol 7.
- Syafnidawaty. 2020. “*Pengertian Hipotesis*”, <http://raharja.Ac.Id/2020/11/04/hipotesis/#.~:text=hipotesis%20atau%20angapan%20dasar%20adalah,data%20yang%20dikumpulkan%20melalui%20penelitian>. Diakses pada 20 Agustus 2022.

Syahrizal, Heru Setiawawan Ahmad. 2019. "Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal." *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol 2 no. 1.

Trisnawati, Ella dkk. "Analisis Faktor-faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Fesh Shop)". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 19. No. 2.

Valentine, Parengkuandkk. "*Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado*". Manado. Diakses pada tanggal 14 November 2021 pukul 13:05.

Wahyu, Wulandari Sri. 2017. *Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omset Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya*. dalam <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id>.

Wawancara Langsung Dengan M Rafly Hidayat Sebagai Kepala Store Manajer Store Di Rabbani Bunker Palembang

Wawancara Langsung Dengan M Rafly Hidayat Sebagai Kepala Store Manajer Di

www.m.rabbani.co.id, diakses pada tanggal 25 juni 2022

www.rabbani.co.id, diakses pada tanggal 24 jun 2022

Yesi, Apriyani. "*Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang*". Diakses pada tanggal 23 September 2021 pulul 17.02.

Yunita, Mega Dan Elwisam. 2017. "*Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Pada*

Indomaret Wilayah Pasar Minggu Jakarta Barat. Jurnal Ilmu Ekonomi.

Vol.13 No.2.