

DAFTAR PUSTAKA

- “Hijabarrafiwarnawarni”, 3 Februari 2021,
<https://medium.com/@hijabarrafiwarnawarni/jilbab-arafi-distributor-hijab-arrafi-warna-warni-di-banjarnegara-kami-memyediakan-hijab-yang-c04bd81acf80>
- Afifi, Giyats Rif'at. “Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasyarakatan Kelas 1 Cirebon (Pas Mart)”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro* 8, no. 1 (2020).
- Agustinawati. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Membeli *Shampo Dove* di Kota Lhokseumawe”. *Jurnal Visioner & Strategis* 5, no.1 (2016).
- Ajzen, Icek dan Fishbein, M. *Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes*, 2011.
- Alquran, al-Hujurat ayat 13, *Alquran dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2009.
- Alquran, Ali Imran ayat 159, *Alquran dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2009.
- Alquran, al-Qalam ayat 4, *Alquran dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2009.
- Alquran, as-Syuara ayat 181-183, *Alquran dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2009.
- Amalia, Rika Yulita dan Syifa Fauziah. “Perilaku Konsumen Milenial Muslim pada Resto Bersertifikat Halal di Indonesia: Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajzen”. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)* 3 no. 2, (2018).
- Ambadar, Jackie. Miranty Abidin dan Yanti Isa. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2007.

- Andriani, Meta dan Frisca Dwi Bunga. "Faktor Pembentuk *Brand Loyalty*: Peran *Self Concept Connection*, *Brand Love*, *Brand Trust* dan *Brand Image* (Telaah pada Merek H&M di kota DKI Jakarta)". *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no 2 (2017).
- Ansharullah. "Pakaian Muslimah dalam Perspektif Hadis dan Hukum Islam". *Jurnal Syariah dan Hukum* 17, no.1 (2019).
- Ansori, Muslich dan Sri Iswati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2009.
- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma. "Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja *Online*", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 14, no. 2 (2016).
- Ashari, Riko dan Widayanto. "Pengaruh Kepercayaan dan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna pada Situs Belanja *Online Lazada.com* (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7, no. 1 (2018).
- Ayuningtiyas, Kartika dan Hendra Gunawan "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam" *Journal of Applied Business Administration* 2, no.1 (2018).
- Budiyanti, Setya. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemakaian Jilbab di Kalangan Mahasiswi Universitas Swadaya Gunung Jati Kota Cirebon", *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no.2 (2017).
- Chalil, Rivyal Dahlawy. Juli Dwina Puspita Sari, Zikriatul Ulya dan Abdul Hamid. *Brand Islamic Branding, & Rebranding "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2020.
- Damsar dan Indrayani. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2016.

Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.

Ekawanti, Ulfa. "Pengaruh Lokasi Toko dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Distro Jenawi Oblong Riau Pekanbaru", *Jurnal Ilmu Administrasi* 6, Edisi III, (2019).

Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV: Qiara Media Surabaya, 2019.

Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV. Budi Utama 2018.

Fitriani, Ramdatun. Fendi Maradita dan Serli Oktapia. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Madu Lestari Semongkat Kecamatan Batulanteh". *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 1 (2020).

Fouratama, Fijar dan Zainul Arifin. "Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 Pengguna Oppo *Smartphone*)". *Jurnal Administrasi Bisnis* 56, no.1 (2018).

Gunawan, Ce. *Mari Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian NEW EDITION Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Bisa Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Habibullah, Eka Sakti. "Etika Konsumsi dalam Islam". *Jurnal Ad-Deenar* 1, no. 1 (2017).

Hamdi, Asep Saepul dan E. Bahrudin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.

Hanief, Yulingga Nanda dan Wasis Himawanto. *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.

Hasbiyadi, Mursalim, Suartini, Syafaat Djunaid dan Ari Ardiansyah Masrum. "Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan

- Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada PT. Sungai Saddang Sejahtera, *Jurnal Ilmiah Bongaya (Manajemen & Akuntansi)* no. XXII, (2017).
- Hulu, Victor Trismanjaya dan Taruli Rohana Sinaga. *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan Statcal (Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan)*. Medan: Yayasan Kita Menulis: 2019.
- Hutabarat, Esterlina. “Pengaruh Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Buku Gramedia Sun Plaza Medan”. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3, no. 2 (2017).
- Indra P, I Made dan Ika Cahyaningrum. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish 2019.
- Industri Halal Untuk Semua: Ekonomi Syariah tidak Terbatas pada Industri Keuangan Syariah Saja, Sektor Riil atau Bidang Produksi Barang juga Tercakup di dalamnya, 17 April 2020, <https://katadata.co.id/0/analisisdata/5ea3a73811d32/industri-halal-untuk-untuk-semua>
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan Dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Karimi, Saeid dan Amir Saghaleini. “*Factors Influencing Ranchers’ Intention to Conserve Rangelands Through an Extended Theory of Planned Behavior*”. *Journal Global Ecology and Conservation* 26, (2021).
- Katrin, Intan Lina. Diah Setiyorini dan Masharyono. “Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung”. *Gastronomy Tourism Journal* 3, no.1 (2016).
- Kholidah, Nur dan Muhammad Arifiyanto. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: NEM, 2020.
- Khotimah, Khusnul. Muhammad Khafid dan Amin Pujiati. “Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan

- Pembelian Produk *Fashion* Melalui Minat Beli”. *Jurnal of Economic Education* 5, No. 2, (2016).
- Khusna, Galu Khotimatul dan Farah Oktafani. “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dunkin donuts Bandung”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 11, no. 1 (2017).
- Kirana, Erghana Kanza. “Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi (Studi pada Konsumen Jalur Nugraha Ekakurir)”. *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (2018).
- Kodrat, David Sukardi. *Manajemen Merek dan strategi E-Commerce (Pendekatan Praktis)*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Indeks, 2007.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Mahyarni. “*Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)”. *Jurnal Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim-Riau* 4, No. 1.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Muhyiddin, Nurlina T. M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat: 2017.
- Mujaddidi, A. Shibgatullah. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020.
- Nasution, Dito Aditia Darma dan Mika Debora Br. Barus. *Monograf: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan pada Pemerintah Kota Tanjung Balai dengan*

Komitmen Organisasi sebagai Variabel Moderatin. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.

Nazarudin, Ahmad. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi dan Gede Putu Agus Jana Susila. “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen”. *Jurnal Manajemen* 5, no.1 (2019).

Nofriyanti, Ayesha Rizky. “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, *Perceived Quality*, *Brand Loyalty* terhadap *Brand Equity* Pengguna Telkomsel”. *Ekonomi Bisnis* 22, no. 2 (2017).

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2017.

Permana, Dony Indra. “Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji di Jawa Timur” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2, no.1 (2017).

Polla, Febriano Clinton. Lisbeth Mananeke dan Rita N Taroreh. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea”. *Jurnal EMBA* 6, no. 4 (2018).

Pradana, Dhedy. Syarifah Hidayah dan Rahmawati “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Pembelian Motor”. *Kinerja* 14, no. 1 (2017).

Pratiwi, Alisa Eka. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Susu Zee”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8, no. 3 (2019).

Purnama, Aditya Hary dan Ita Rifani Permatasari. “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Industry Batik Namira Pekalongan)”. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 4, no. 1. (2018).

Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Qurbani, Derita dan Veta Lidya Delimah Pasaribu. “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Nasabah

- Prudential Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi Kasus di Kantor Cabang Agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan)". *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2, no. 3 (2019).
- R.C., Mayer, Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., *An Integratif Model of Organizational Trust*, *Academy of Management Review*, 30 (3) (1995).
- Rachmawati, Siska Dwi dan Anik Lestari Andjarwati. "Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan), *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 7, no. 1 (2020).
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rizal, Achmad. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rosnani. "Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (Studi pada Store Zoya, Mall Pekanbaru)," *JOM FISIP* 6, Edisi: II (2019).
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Safar, Ilham dan Novita Kumala Sari. "Keputusan Pembelian Konsumen Jilbab pada Mahasiswi di Kota Makassar". *Jurnal Sinar Manajemen* 5, no. 1 (2018).
- Safira Hijab, "Sejarah Bisnis Hijab Ar-Rafi, Owner Bunda Hanim" Agustus 20, 2020. <https://safirahijab.com/sejarah-bisnis-hijab-hijab-arrafi-owner-bunda-hanim/>

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Sani, Fathnur. *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas dan Eksperimental Dilengkapi dengan Analisis Data Program SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Santi, Indyah Hartami dan Fandi Sudiasmo. *Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use terhadap Behavioral Intention To Use and Actual Usage pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020.
- Santoso, Singgih. *Statistic Multivariate*. Jakarta: PT. Elex Komputindo, 2010.
- Sari, Devi Puspita dan Audita Nuvriasari. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Merek Eiger (Kajian pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)”. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* 3 no. 2 (2018).
- Sari, Wulan Purnama dan Lydia Irena. *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Satria, Arief Adi. “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2, no.1 (2017).
- Seni, Ni Nyoman Anggar dan Ni Made Dwi Ratnadi. “*Theory Of Planned Behavior* untuk Memprediksi Niat Berinvestasi”. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6. No. 12 (2017).
- Setiana, Anang. *Riset Terapan Kebidanan*. Cirebon: Lovrinz Publishing, 2018.
- Sholihin, Dede. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Online Shop* Mikaylaku dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni dan Teknologi* 4, no. 1 (2020).

Siagian, Dergibson dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Simamor, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Sitorus, Samuel Domade dan M. Kholid Mawardi. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli (*Online*) (Studi pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli *Online* Caroussel)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 73, no. 1 (2019).

Sugara, Anang dan Rizki Yudhi Dewantara. “Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli *Online* (Studi Pada Konsumen “Z”)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 52, no. 1 (2017).

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Suko, Fadhli. Nurdin Sobari, dan Hardius Usman, “Pengaruh *Attitude*, *Subjective Norms* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Intensi Kepemilikan Kartu Kredit Syariah”. *Jurnal Middle East and Islamic Studies* 5, No. 2, (2018).

Sulasno, Wahyuddin dan Fitria Agustin. “Local Wisdom of Sugar Palm Farmers in Cijaku Subdistrict (Between Traditions and Economic Demands)”, *LITERATUS* 2, no. 1, (2020).

Sunarlin, wawancara oleh penulis, wawancara 1, transkrip, 26 Januari 2021.

Supriyadi, Yuntawati Fristin dan Ginanjar Indra K.N. “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek *Converse* di Fisip Universitas Merdeka Malang)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3 no. 1 (2016).

Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek *Xiaomi* di Kota Langsa”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no.1 (2017): 660.

Surianto Rustan, *Mendesain Logo*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 8.

Susilo, Heri. Andi Tri Haryono dan M. Mukeri. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung”. *Journal of Management* 4, no. 4 (2018).

Suwartini dan Sumiyati, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga untuk SMK/MAK Kelas XI*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), 154.

Syafaruddin dan Anzhizan, *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2004),

Syamsudin dan Deni Sunaryo, *Buku Ajar Mata Kuliah Statistik II*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), 86.

Tafsir Departemen Agama Republik Indonesia, 28 Februari 2021
<https://quran.kemenag.go.id>

Tafsir Departemen Agama Republik Indonesia, diakses 28 Februari 2021
<https://quran.kemenag.go.id>

Theo Hermawan Suzandoko dkk, “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak white Coffe di Kota Surabaya”, *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, (2019): 1742

Umar, Husein. *Business an Introduction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Wicaksono, Dwi Agung. Hadi Sumarsono dan Adi Santoso “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Batik Mukti”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi* 3, no.1 (2019).

Wikamorys, Dian Anggraini dan Thinni Nurul Rochmach. “Aplikasi *Theory of Planned Behavior* dalam Mengembangkan Niat Pasien untuk Melakukan Operasi Katarak”, *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia* 5, no. 1, (2017).

- Wong, David. "Pengaruh *Ability*, *Benevolence* dan *Integrity* Terhadap *Trust*, Serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan Ecommerce di UBM". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 2, No. 2, (2017).
- Yogatama, Leo Agung Manggala. "Analisis Pengaruh *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavior Control* terhadap Intensi Penggunaan Helm Saat Mengendarai Motor pada Remaja dan Dewasa di Jakarta Selatan". *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* 5, (2013).
- Yusda, Desi Daruna. "Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *House of Shopaholic* di Bandar Lampung". *Jurnal Technobiz*, 3, no. 3, (2019).
- Yustiawan, Ody. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no.2 (2016).
- Zamzam, Fakhry dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. "Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam" *Jurnal Inovasi dan Bisnis* 4, no.2 (2016).
- Zulkifli, Boy Syamsul Bakhri, Maysuri dan Ficha Melina. "Pengaruh Periklanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampoo Hijab Sunsilk Clean And Fresh* Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau" *Journal of Management and Business* 1, no. 1 (2019).