

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, surat Al Ahzab Ayat 59
- Al-Qur'an, surat Al Qashash Ayat 77
- Al-Qur'an, surat Al Imran Ayat 159
- Al-Qur'an, surat Al A'raf Ayat 26
- Ambok Pangiuk. (2016). Analisis Keputusan Beli Nasabah Non Muslim Pada Asuransi Syariah Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Cabang Jambi. IJEB, Vol.1, No.1.
- Aspirin, Muhammad.(2019). Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kayu Pada Perum Perhutani KBM Penjualan Kayu Wilayah Madiun Di Kota Kediri.
- Barnes, James. (2003). *Customer Relationship Management*. Yogyakarta : ANDI.
- Efendi, Usman . (2016). Psikologi Konsumen. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Fitriya,Elok. (2020). Analisis Pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk.JIAI Vol. 2 No. 1.
- Iriandini, Anggita Putri. (2015). Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”, JurnalAdministrasi Bisnis, Vol.23, No.2.
- Kamanto Sunarto. (2004). Pengantar Sosiologi, Edisi Ketiga.Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Khomsani, Zulia.(2019). Pengaruh *Customer Relation Management,Atmosphere Store*, dan Media Sosial terhadap Pembelian Ulang Pelanggan WKWK Cafe Kudu.SKRIPTSI.IAIN Kudus.
- Kotler, Philip.(2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Milienium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip.(2001). Manajemen Pemasaran Indonesia. Salemba Empat.
- Munandar, Dadang. (2015). Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan Bisnis PT. Frisian Flag Indonesia, Bandung.

- Nasrullah.(2015). *Islamic Branding, Religiusitas* dan Keputusan Konsumen terhadap Produk.Jurnal Hukum Islam.
- Nurjannah Daulay. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan).Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonom Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Oscarius. (2020). Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan dan Orientasi Pasar : Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furniture di Jawa Timur. Klaten: Lakeisha.
- Prihanti, Dhea. (2019). Pengaruh *E-Service Quality, Islamic Branding* dan *Islamic Advertising Ethics* terhadap Keputusan Pembelian. SKRIPSI.IAIN Salatiga.
- Rafidah, dkk.(2016). Analisis Pengaruh *BrandAwareness Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani Di Kota Jambi.Innovatio.Vol XVI No. 2.
- Rangkuti, D. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Costumer Relationship Management terhadap Keputusan Pembelian pada Asuransi Astra (GARDA OTO). *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol.4 No.2.
- Reinaning, Vigi. (2020). Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Social Media Marketing* terhadap *Purchase Decisios* pada Favehotel Braga Bandung, Vol.6 No.2.
- Safrotun, Umi. (2020). Pengaruh *Islamic Branding, Personal Selling*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.SKRIPSI.IAIN Salatiga.
- Sari, Sri Indah.(2020). Pengaruh *Islamic Branding* dan *Islamic Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Sunslk Hijab pada Masyarakat Kota Pekanbaru.SKRIPSI.UIN Suska.
- Shiffman and Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen Ed.7. Jakarta: Prentice Hall.
- Sugiyono.(2016). Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D).Bandung : Alfabeta.
- Sumaryam, Ani. (2021). Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Wadiah.SKRIPSI, IAIN Purwokerto.

- Suntoyo.(2014). Dasar-DasarManajemenPemasaran.Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sujarweni,V.Wiratna. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi.Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Taniredja, Tukiran. (2011). Penelitian Kuantitatif.Bandung : Alfabeta.
- Tannady, Hendy. (2018). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Yogyakarta: Expret.
- Utami, Sari. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, dan *Islamic Branding* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal.SKRIPSI.Unniversitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yulinda.(2020). Pengaruh *Islamic Branding* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelia Busana Muslim Di Toko Annur Sungai Kambang Telanaipura Jambi.SKRIPSI.Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Yunus, dkk. (2014). *Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim': Halal Packaged Food Manufacturer*. Procedia-Social and Behavioral Sciences 130.
- Zein, Ahmad. (2009). AplikasiPemasaran dan *Salesmanship*. Jakarta: Mitra Wacana Media