

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- As'ad H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid, 2014, *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan* Science Christmardani, Y. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm*. 8(2), 14.
- Baker, Alserhan (2015). *The Principle of Islamic Marketing*. USA: Gower Publishing Company.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitingjak, Tony, (2017), *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Elok Fitriya, April 2017. Analisis Pengaruh *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia Vol. 2 No. 1*
- Gima Sugiama dan Emmanuel Febiano. 2017. Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14*.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Mandibergh, (2012), *Media Sosial* Bandung. Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Miles, Jason (2019), *Instagram Power*, Mc Graw Hill Education.

- Muhammad Ilham dan Firdaus, 2020. Analisis Hubungan *Islamic Branding* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu. Volume 3, No 1.*
- Muhammad Nastain (2017, Branding dan Eksistensi, *Channel Vol. 5, No. 1, April 2017, hal. 14-26*
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neti, S. (2011). *Social media and It's Role in Marketing. International Journal of Enterprise Computing and Business Systems, 1(2)*
- Nonie Afrianti dan Detri Agustina, Desember 2020. Pengaruh *Islamic Branding* dan *Product Ingridient* Terhadap Minat Beli Produk PT HPAI Kota Bengkulu. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies Vol.1, No.2*
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pertama)*. CV Pustaka Setia.
- Private University, Amman, Jordan. Rev. Integr. Bus. Econ. Res Vol 3.*
- Puntoadi, Danis (2011) *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soemanggara. 2012. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis Dan Terapan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Swasta Basu DH, 2002, Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Van Dijk. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publications.

Internet

Potensi dana zakat

<https://www.jawapos.com/nasional/06/04/2021/potensi-dana-zakat-rp-3276-t-realisasi-baru-rp-714-t/>

Pengumpulan zakat Indonesia

<https://dataindonesia.id/ragam/detail/pengumpulan-zakat-nasional-mencapai-rp14-triliun-pada-2021>

Data Jumlah Penduduk Islam di Indonesia

<https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>