

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Amalia, E. (2016). *Keuangan Mikro Syariah*. Bekasi: Gramata Publishing Anggota IKAPI.
- Arbi, A. (2019). *Komunikasi Intrapribadi (Integrasi Komunikasi Spiritual, Komunikasi Islam, dan Komunikasi Lingkungan)*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmoyo, D. (2020). *Pengantar Sistem Informasi . STIE IGI Jakarta*.
- Firmansyah, M. a. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidika (Kualitatif, Kuantitatif, dan Mix Method)*. Kuningan : Hidayatul Quran.
- Heykal, N. H. (2010). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri .
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Kedelapan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan . PT Remaja Rosdakarya*.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS HANBOOK, Analisis Data, Olah Data, dan Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Yogyakarta: Mediakom.
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding . Yogyakarta: Pnerbit Quadrant*.
- Rusli, M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif : Berorientasi Praktis*. Madura: LP3M :Paramadani.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu Personal Branding-mu* . Jakarta: Visimedia.
- Yusuf, A. (2017). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Interpretama Mandiri.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif . *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan Vol.7 No. 1*, 17-23.
- Zainal, V. R. (2017). *Islamic Marketing Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

### **Jurnal & Skripsi**

- Adriawan Pamungkas, D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Identity, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli (Studi Emperis Pada Kedai Kopi Janji Jiwa). *Borobudur Management Review Vol. 1 No. 1* .
- Alan Saputro, S. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Program Studi Manajemen Pemasaran*.
- Amelda Pramezwary, J. B. (2021). Pengaruh Identitas Brand dan Strategi Penjualan Burger King Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol.21 No.1* .
- Andi M.Lutfi, S. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Identitas Merek, Preferensi Merk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Merek Toyota Di Batam. *Jurnal Cafeteria Vol.4 No.1* .
- Annung Purwati, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassadoor Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Ekonomi Kita Vol.11, No. 1*.
- Atsiqah, N. M. (2019). Perancangan Brand Identity La Luna Di Kota Mataram . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.7 No.2*.

- Budihardja, L. (2019). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Yamaha Mototr Jakarta. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Dharmasetiawan, R. S. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performace Diri. *Jurnal BAPPEDA, Vol.4 No.1 ISSN: 2442-7845*, 20.
- Dian Tamitiadini, D. L. (2019). Representasi Brand Identity Dalam Webseries Sebagai Alternatif Media Periklanan. *Jurnal Semiotika Vol.13 (No. 1) : no. 22 - no.42* .
- Elisabeth Stevina, R. K. (2018). Pengaruh Brand Identity Terhadap Purchase Intention Melalui Trust Di UD. Makin Hasil Jember . *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.3 No.1* .
- Fitriyah, I. N. (2019). Pengaruh Harga, Brand Image dan Personal Branding "Kaesang Pangarep" Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sang Pisang Royal Plaza Surabaya. *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Hafidz, M. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, dan Brand Identity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela . *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung* .
- Husnan Nurjaman, R. Y. (2022). Personal Branding Da'i Muhamadiyah : Studi Komparatif Pada Ustadz Alfian Tanjung dan Ustadz Muhammad Ziyad. *Jurnal Manajemen Vol.16 No.1 April 2022*.
- Jihan Suci L, U. F. (2019). Peengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Terhadap Prestasi Kerja Guru . *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 44.
- Kasi Ainun Aisyah, N. M. (2021). Perencanaan DKM Al-Muhajir Bandung Dalam Meningkatkan Pelayanan Jamaah. *Tadhbir: Jurnal Manajemen Dakwah Volume 6, Nomor 1*, 45.
- Krisna Sudjana, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6 (02), 2020,185-194*.

- Krisna Sudjana, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6 (02), 2020,185-194.
- Lestyowati, J. (2019). Analisis Pengaruh Dimensi Brand Image Terhadap Brand Image Dan Presepsi Pengguna Kemenkeu Corpu. *Jurnal BPPK Volume 12 Nomor 2*.
- Maghfiroh, A. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian . *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 40 No.1*.
- Maimun Ahmad, T. M. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linear Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan Vol.14 Issue 3* , 333.
- Melina, F. (2020). Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance Volume 3 Nomor 2*.
- Nazwa Shyreen A, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian : Minat Konsumen, Harga Dan Kualitas Produk (literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Volume 3, Issue 5* .
- Nia Ruhaniah, H. T. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 5 No. 1*.
- Nisa, A. K. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjung Karang ). *Skripsi UIN Raden Intan Lampung* .
- Pratama, A. I. (2019). Konsep Ulil Albab Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya Terhadap Pendidikan Modern. *Vol.1 No.2 Islamisasi Pengetahuan di Era Revolusi Industri 4.0*.
- Pratiwi, H. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow DiMasa Pandemi Covid-19 (Studi

- Kasus Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara). *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara*.
- Rahman Asri, G. A. (2019). Pengaruh Online Personal Branding Tokoh Politik Terhadap Minat Pemilih Pemula. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Al Azhar Indonesia*, 60.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk . *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, JSMB Vol.6 (2)*, 80.
- Riski Rosdiana, I. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 11 No.1*.
- Rubiyanto, M. F. (2021). Personal Branding Barbie Kumalasari Untuk Meraih Popularitas Melalui Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Volume 20, No.1 Juni*.
- Ruhamak, N. V. (2020). Pengaruh Determinan Struktur Modal dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empris Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di IDX 2014-2018). *Jurnal Ekbis, Analisis, Prediksi, dan Informasi E-ISNN : 2621-4210*.
- Rusdiana. (2020). Pengaruh Personal Branding Terhadap Minat Beli Konsumen . *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi Volume 01 No.02* , 102-109.
- Rusdiana, A. P. (2020). Pengaruh Personal Branding Terhadap Minat Beli Konsumen . *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi* .
- Safria, D. (2022). Penetapan Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan, Vol.8, No.1 April 2022*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36 . *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis Volume 2 No. 1*.
- Setyawati, R. Z. (2021). Analisis Pengaruh Iklan, Identitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Smartphone Merek Oppo di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.

- Shabina Aasha, F. N. (2020). Pengaruh Personal Branding dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Titan Tyra Pada Brand Secondate di Sosial Media). *Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Siregar, A. H. (2020). Pengaruh Harga, Brand Image dan Personal Branding Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Di Toko Medan Top Galeri . *Jurnal Ilmiah Smart Volume IV No.2*, 98-106.
- Sitinjak, L. B. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen, Vol. 11 No.2* .
- Subagiyo, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di BMT Sahara Tulungagung. *Jurnal Malia, Volume 8, Nomor 1* , 3.
- Suciarto, S. (2018). *Pengembangan Produk, Branding, Dan Pemberian Label Pada Kemasan Produk*. Semarang : Universitas Katolik Soegijapranata.
- Suhaeni, Q. F. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oranamin C Di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol.6, No. 3*.
- Umar Bakti, H. d. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi, Volume 22 Nomor 1*, 105.
- Vipraprastha, B. N. (2022). Personal Branding, Social Media Marketing, dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *MODUS Vol.34 (1): 75-84 ISSN 0852-1875/ISSN (Online) 2549-3787*.
- Umar Bakti, H. d. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi, Volume 22 Nomor 1*, 105.
- Vipraprastha, B. N. (2022). Personal Branding, Social Media Marketing, dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen

E-Commerce Shopee. *MODUS Vol.34 (1): 75-84 ISSN 0852-1875/ISSN (Online) 2549-3787.*

Widayaatmoko, S. d. (2017). Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding. *Jurnal Komunikasi Vol.9, No.1 Juli 2017, 65-73.*

Wina Avondita, D. I. (2022). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram . *Jurnal Cyber PR, Volume 2, No. 1, Juni 2022, 25-48.*

Yulia Putri, A. S. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis : Performa Vol.16, No. 1 Maret 2019.*

YuliaPutri, A. S. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas . *Jurnal Manajemen dan Bisnis : Perform Vol. 16 No. 1 .*

#### **Web**

<https://albahjah.or.id/profil-bmt/>

<https://knks.go.id/isuutama/8/sharing-platform-keuangan-mikro-syariah-berbasis-baitul-maal-wat-tamwil-bmt>

