

DAFTAR PUSTAKA

- Aina, Nor.2017.Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Kelurahan Mugirejo Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.*E- Jurnal Administrasi Bisnis*.Vol.5 (1). Hlm.44-56.
- Aini, Z.2016.Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pelayanan Perbankan Syariah.*Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1 (2). Hlm.85-100.
- Al Arif ,M. Nur Rianto.2010.Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah.Bandung: Alfabeta.
- Alma,Buchari dan Priansa, Donni Juni.2014.Manajemen Bisnis Syariah.Alfabeta : Bandung.
- Amilia,Suri dan Asmara, M. Oloan.2017.Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.*Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol.6 (1). Hlm.750-760.
- Anoraga, Pandji.2000.*Manajemen Binis*.Jakarta:PT Rineka Cipta.
- Azmi, Fikhi Nayatul dan Sarma, Ma'mun.2017.Pengaruh iklan televise terhadap keputusan pembelian konsumen es krim magnum:*Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol.8 (2). Hlm.7-16.
- Departemen Agama RI.2001.*Al-Qur'an dan Terjemahan*.Surabaya:PT CV Sahabat Ilmu.
- Erdalina, Wahyu dan Evanita, Susi.2015.Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra Hand And Body Lotion Di Pariaman.*Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*. Vol.3 (1). Hlm.126-136.
- Fahmi, Irham.2016.Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi.Bandung, Penerbit CV Alfabeta.
- Hendryadi, Suryani.2015.*Metode Riset Kuantitatif (Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam)*.Jakarta:Kencana.
- Isnaini,dkk.2015.*Hadis-Hadis Ekonomi*.Jakarta:Prenadamedia Group.
- Jefkins, Frank.1996.*Periklanan*.Jakarta: Erlangga.
- Karlina, Ni Putu Novia dan Seminari, Ni Ketut.2015.Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk PT. Karya

Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.4 (6). Hlm.221-240.

Kotler dan Keller.2012.*Manajemen Pemasaran Jilid 12 Terjemahan Tjiptono*.Jakarta:Erlangga.

Kotler,Philip dan Amstrong,Gary.2006.*Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12 Terjemahan: Bob Sabran, M.M*.Jakarta:Erlangga.

_____.2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*.Jakarta:Erlangga

_____.2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran*.Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

_____.2013.*Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12*.Jakarta:Erlangga.

Kotler,Philip dan Keller,Kelvin L.2008.*Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.Jakarta: Erlangga.

_____.2009.*Manajemen Pemasaran*.Jakarta: Erlangga

_____.2013.*Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*.Jakarta: Erlangga.

L, Leon Schiffman dan Kanuk,Lazar.2008.*Perilaku Konsumen Edisi 7*.Jakarta:Indeks.

Liwe,Farli.2013.Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 (4). Hlm.750-760.

Maulana S,Iham dan Idris.2017.Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Motor Sport Suzuki Di Kota Semarang).*Jurnal Manajemen*. Vol.6 (4). Hlm.34-50.

Moh. Martono dan Iriani, Sri Setyo.2014.Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan.*Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.2 (2). Hlm.83-96.

Muhammad.2017.*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*.Bandung: PT RajaGrafindo Persada.

Nugroho,Bhuono Agus.2005.*Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*.Yogyakarta:Andi.

- Nurrahman, Indra dan Utama, Rd. Dian Herdiana.2016.Pengaruh Variasi Produk terhadap keputusan pembelian pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung.*Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*. Vol.1 (1). Hlm.76-92
- Pratiwi, Andi Lina.2016.*Pengaruh Pengguna Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi)*.Makasar: UIN Alaidin.
- Priyono.2016.*Metode Penelitian Kuantitatif*.Surabaya:Zifatama.
- Rahmawati, Penny.2015.Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta.*Jurnal Ilmu Manajemen*.Vol. 12 (1). Hlm.101-122.
- Rizan, Mohamad Dan Handayani, Kartika Lestari.2015.Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap).*Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol.6 (1). Hlm. 94-105.
- Setiadi,Nugroho J.2003.*Peilaku Konsumen*.Jakarta:Prenadamedia Group.
- Setiadi,Nugroho J.2008.*Perilaku Konsumen Edisi Revisi Cetakan Pertama*.Jakarta:Kencana.
- Siregar, Sofyan.2013.*Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*.Jakarta: PT Bumi Aksara,
- Sudaryono.2016.*Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*.Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono.2016.*Metode Penelitian Kuantitatif (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.Bandung:Alfabeta.
- Sujiantio, Agus Eko.2009.*Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*.Jakarta: Prestasi Pustaka Publisier.
- Sumpu, Nofita dan Tumbel, Altje L.2018.Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016).*Jurnal EMBA*. Vol.6 (4). Hlm. 57-80.

Venessa, Ike Dan Arifin, Zainul.2017.Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati.*Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.51 (1). Hlm.9-19.

Wahjono,Sentot Imam.2013.*Manajemen Pemasaran Bank*.Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wulandari, Ni Made Rahayu dan Nurcahya, I Ketut.2015.Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar.E-jurnal Manajemen Unud. Vol.4 (11). Hlm.31-42.

Wulandari, Rizky Desty dan Iskandar, Donant Alananto.2018.Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik.*Jurnal Riset dan Bisnis*. Vol.3 (1). Hlm. 287-295.

www.bpk.go.id-Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999-Perlindungan Konsumen

www.kemenperin.go.id/artikel/18954/Kian-Kinclong,-Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20-Persen.

www.topbrand-award.com/top-brand-index/.