

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Adi Sukma, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites*, Jurnal Ekonomi Manajemen, Volume 2 Nomor 1, 2012.
- Andrian Dwi Sisviangga dan M. Edwar, *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 3. Nomor 3. (2015), ISSN: 1587-2351.
- Anysetianingrum, *Teori Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, <http://anysetianingrum.com/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/>, diakses 7 November 2016.
- Ari Titis Bimo, *Peran dari Integrated Marketing Communication terhadap Brand Equity*, Jurnal Interaksi, Vol III No.1, Januari 2014.
- Arnes Desiana, *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tas Sophie Martin di BC Yulis Mawaddaty Pare*, Jurnal Manajemen. Vol 2. No.1. 2015, ISSN: 1235-4126.
- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, BPFE Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009.
- Cintia Veronica, dkk, *Pengaruh Integrated Marketing Communication (IMC) Dan Public Relations Terhadap Asosiasi Merek Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung HARRIS Hotel & Conventions Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 35 No. 2 Juni 2016.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4.
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*, CAPS (Center of Academic Publishing Service), Yogyakarta, 2013.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 1995.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, UNDIP Press, Semarang, 2011.

- Irawan, dkk, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, Edisi 2, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2010.
- Isti Kurnia Rahmawati dan Nindria Untarini, *Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Penerimaan Perluasan Merek Acer Melalui Perceived Fit Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 1 Nomor 1 Oktober 2015, ISSN: 3478-1457.
- Jain, Subhash C, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Edisi Kelima, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta, 2010.
- Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*, Media Ilmu Press, Kudus, 2010.
- Mr. Rows., Mr.Rows, *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPH Karawaci)*, Jurnal Riset Bisnis, Program Sarjana Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2011.
- Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, CV. Pustaka Setia, Bandung, 2013.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid1, Jakarta, 2009
- Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, mediakom, Yogyakarta, 2008.
- Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010.
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005.
- Sunardi dan Anita, *Bisnis Pengantar Konsep Strategi & Kasus*, CAPS, Yogyakarta, 2012.
- Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012.
- Widjaja dalam Dimas, *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry*, Jurnal Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.