

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tanri, Francis. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Raja: Grafindo Persada, 2014.
- Akbar, Adam, “Analisis Pngaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Tosibha,” *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi*, (2012): 1.
- Al-quran.al Maidah ayat 100. *Alquran dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI. HILAL, 2002.
- Amstrong, Kotler. *Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Ed.8*. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Andi Rulyadi, Arrafiqurrahman, Seprini, “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Samsung (Studi Kasus Pada Pelanggan Ponsel Bedepe Pasir Pengaraian)” *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*, (2007): 3.
- Andrianto, Hendra Noky dan Idris, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang,” *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Vol.2, No.3, (2013): 3.
- Assauri, Sofjan. *Manjemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo, 2002.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Badruzaman, Abuy Sodikin. *Metodologi Studi islam*. Bandung: Tunas Nusantara, 2000.
- Bernando, Charlie dan Samosir, Halomoan dan Prayoga K, Arief Bowo. “Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No.3, (2015): 2.

- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Ed 2*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Cannon, Perreault, Mccarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Ed. 16*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Cavanes, David W. *Pmasaran Strategis. Ed 4. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Darwis, Edy Gufran. "Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar," *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, (2017): 21-22.
- Dharmmesta, Basuswastha dan Handoko, Hani. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Ed 1*. Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Elis Setiawati dan Ari Anggarani dan Winadi Prasetyoning Tyas , "Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Samsung Di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang," *Universitas Esa Unggul Jakarta* (2001): 3.
- Fisk, Peter. *Marketing Genius*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006.
- Fury, Fella Ratna. "Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Kasus Pada Toko Online Miulan di Semarang)," *Program Studi Manajemen-S1, Fakultas Ekonomi&Bisnis*. (2011): 1.
- Gigih, Riyono dan Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati," *Jurnal Stie Semarang*, Vol 8, No 2, (2016): 12.
- Haryoko, Ugeng Budi. "Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di

- Ujm Motor Tangerang Selatan,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, (2005): 16.
- Indriyanto, Nur dan Supomo, Bambang. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi*. Yogyakarta: BPFE, 2011.
- Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2004.
- Josiel Driand Pandensolang dan Hendra N. Tawas, “Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada PT Bangun Wenag Beverges Company Di Manado,” *Jurnal EMBA*, Vol.3, (2015): 14.
- Kotler, Philip Dan Lane Keller, Kevin. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip Dkk. *Manajemen Pemasaran perspektif Asia, Buku 2*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: AMP YKPN, 2001..
- Lestari, Rahayu Dan Beureukat, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Citra Merek, Dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pemebelian Minyak Goreng Dalam Kemasan Merek Sonia Royale, Pada Masyarakat Perumahan Tanggeran,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* (2015): 3.
- M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia, Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI, 2007.
- Madura, Jeff .*Penganta Bisnis, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Maftukhin. *NUANSA STUDI ISLAM Sebuah Pergulatan Pemikiran*. Yogyakarta: Teras, 2010.
- Mahmuda, Faizal Rizki. “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pmblian Konsumen Toko Krapa,” *Jurnal Manajemen*, (2013): 3.
- Martha Wiranda, Irdha, Yulihar Mukhtar, “Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Yamaha New V-

- Ixion Di Kota Padang, Fakultas Ekonomi,” *Universitas Bung Hatta*, (2014): 4.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Media Ilmu Press, 2018.
- Moh Najib Buchori, “Kebebasan Menentukan Harga Dalam Muamalah Islam,” mazio.wordpress.com, 2013, diakses pada tanggal 2 Nov 2018.
- Moven, John C Dan Minor. *Perilaku Konsumen*, *Ahli Bahasa Oleh Dwi Kartini*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Muh. Ichwan Musa, “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar,” *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*, (2017): 1.
- Ni'mah, <http://eprints.stainkudus>, 2017, hlm.20, diakses pada tanggal 2 Nov 2018
- Ntisepto, Alex S. *Marketing*. Jakarta: YUDHISTIRA, 1981.
- Prasetijo, Ristiya dan Ihalauw, John J.O.I. *Perilaku Konsumen*, Ed.I. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Putriramadhani, “Perkembangan fashion hijab Indonesia,” <https://www.kompasiana.com>, diakses pada tanggal 18 april 2018 pukul 22.00 WIB
- Rewoldt, Dkk. *Strategi Harga Dalam Pemasaran*. Jakarta: Bina Aksara, 1987.
- Riadi, Edi. *Statistika Penelitian: Analisis Manual dan IBM SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014.
- Sahetapy, Jeofe Pratama. “Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian Meubel Ud Sinar Sakti Manado” *Jurnal Emba*, Vol. 1, No. 3, (2013): 412.

- Simamora, Faizah Nur Dan Situmeang, Eva Yanti. “Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom Garuda Sibolga,” *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*,(2018): 2.
- Simamora, Idham Kurnia dan Handoyo Djoko dan Widayanto, “Pengaruh Harga, Citra Merek, Positioning dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jamu PT. Njonja Meneer,” *Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, (2013): 3.
- Stanton, William J dan Y Lamarto. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1989.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Sunyoto, Danang. *Metode Penelitian* .Bandung: Refika Aditama, 2013.
- Supangkat, Aditya Hangga, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (2017): 5.
- Supardi. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta: UII, 2005.
- Suri Amilia M. Oloan Asmara Nst, “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa,” *Fakultas Ekonomi*, (2017): 2.
- Sutojo, Siswanto. *Menyusun Stratgi Harga*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2001.
- Teguh, Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Tjiptono, Fandy , Dkk. *Pemasaran Strategik, Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Ed. 2, Cet. 4*. Yogyakarta: ANDI, 2000.
- Wachid, Abdur Rochman, Edwar, Muhammad “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap

- Keputusan Pembelian Smartphone Asus Zenfone(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unesa), *Fakultas Ekonomi Negeri*,(2016): 2.
- Wahyuningsih. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Tadulako Universitas Press, 2009.
- Wandy Cahng, “Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra MerekDan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HandphoneNokia Di Semarang,” *Fakultas Ekonomi & BisnisUniversitas Dian Nuswantoro Semarang*.(2005): 8.
- Winardi, J. *Enterprenuer Dan Entreprenuership*. Bandung: Kencana Prenada, 2008.
- Zainal, Veithzal Rivai Dkk. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

