

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdullah. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arikunto, S. (1992) *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: PT.Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (1992). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Freddy Rangkuti. (2002). *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hoyer, W.D. dan MacInnis, D.J. (2010). *Consumer Behavior*. USA: South-Western
- Huda, N., et al. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Lupiyoadi,R., Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*, (Jakarta; Salemba Empat,). hlm. 80.
- Ma'arif, N. N. (2008). *The Power of Marketing*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujianto, Eko, A. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustakarya
- Supardi. (2005). *Metedologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII pres.
- Suyanto. (2018). *Strategi Pemasaran ala Nabi Muhammad SAW*. Yogyakarta: ANDI.

Thomson, A. A., Gamble, J. E., and Strickland, A. J. (2014). *Strategy Winning in the Marketplace*. New York: McGraw-Hill.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Wiratna., S. V. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

## JURNAL

Ackaradejruangsri, P. (2012). *The Effect of Product Quality Attributes on Thai Consumer' Buying Decisions*. *Journal of Asia Pacific Studies*, 31: 14-24

Arifiana, W. E., Kumadji, S., dan Dahlan, F. (2013). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Ibu Rumah Tangga Perumahan Bumi Asri Sengkaling RW 05 Desa Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang Pembeli Deterjen Rinso)*. Vol 1, No. 2. (Malang: Jurnal UB)

Asnawi, N., dan Mansyuri. (2011). *Metodologi Riset manajemen pemasaran*. (Malang: UIN Maliki Press)

Kumalawati, D. I. (2017). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Hair Care (Studi pada Konsumen di Purworejo)*. (Purworejo: Skripsi UMP)

Cristiana, M. (2009). *The Buying Decision Process and Types of Buying Decision Behaviour*. *Sibiu Alma Mater University Journal*. Vol. 2, No. 4: 27-33

Nugroho, C. (2013). *Pengaruh Gambar Peringatan Dan Kesehatan Dan Resiko Yang Dipersepsikan Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Kasus Pada Sampoerna Mild Kota Yogyakarta)*. Skripsi. (Yogyakarta: Universitas Jogjakarta )

Qazzafi, S. (2019) *Consumer Buying Decision Process Toward Products*. *Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2: 130-133

Safira, R. (2017). *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4-6.

Susisla, I., dan Fatchurrahman. (2014). *Service Value: Sebuah Variable Pemediator Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat beli*, (Emperika, Vol.17, No.1 Juni)

Suyanto, Sugiono, dan Sugiarti. (2002). *Analisis Faktor-faktor Pembentukan Persepsi Kualitas Layanan untuk menciptakan Kepuasan dan Loyalitas. Jurnal Bisnis Strategi*, Undip, Vol. 9, Juli

Untari, S. N., Djaja, S., & Widodo, J. (2017). *Strategi Pemasaran Mobil Merek Daihatsu pada Dealer Daihatsu Jember. Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3

## **INTERNET**

Top Brand Index. (2020, 23 Mei). *Top Brand Fase I 2015-2019*. Diakses dari <http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/surveymethodolo>