

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- A. B, Susanto dan Himawan Wijanarko. (2004). *Power Branding, membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan.
- A.G. Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa* . Jakarta: Intidayu Press.
- Albert Kurniawan. (2014). *Metode riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168. (1987). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: DEPAG.
- Bilson Simamora. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Buchori Alma dan Doni Juni Priansa. (2009). *Manajemen Bisinis syariah*. Bandung: ALFABETA.
- Daryanto. (2001). *Manajemen Peamasaran, Cet Ke-1*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera.
- Ferdinand, Augusty. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran : Sebuah studi Pendahuluan. *Sains Pemasaran Indonesia. Vol. 1 Journal of Marketing*, 107-119.
- Freddy Rangkuti. (2002). *The Power Of Brand* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Halakrispen, S. (2015). *Essence Jurnal Seni, Desain, Komunikasi Peneliti Muda*. Tangerang: Essence.
- Hana Catur Wahyuni. (2015). *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hanie Kurniawati. (2015). literatur riview. *Pentingkah Etika Bisnis Bagi Perusahaan*, 1-2.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- indriyo Gitusudarno. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- J. Browen, P. Kotler & J. Makens. (1999). *Marketing for hospitably and tourism (2nd ed)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kevin Lane Keller. (2003). *Strategic Brand Management, Building Measurement and Managing Brand Equity*. Upper Sadle River: NJ Pearson Education Internasional.
- Kotler Philip dan Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga.
- Marius P. Angipora. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT.RajaGrafindo.
- M. Anang Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV. Budi utama.

- Moh. Kasim. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Nugroho J. setiadi, SE.,MM. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Starategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Orville C. Walker, Harper W.Boyd dan Jean Claude Larreche. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- P. Angipora, Marius. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Kedua*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks.
- Philip kotler dan Gary Amstrong. (2006). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Erlangga: Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakara: Indeks.
- Setiawan Budi Utomo. (2003). *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*. Jakarta: Gema Insani.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.

Tanjung, A. I. (2006). *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi (Cet 1)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Terence A. Shimp. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

Tim Reality. (2008). *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*. Jakarta: PT. Reality Publisher.

V. Wiratna sujarweni. (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

V. Wiratna Sujarweni. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

V. Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Victorianus Aries Siswanto. (2012). *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wahyuni Hana Catur, dkk. (2015). *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yusuf Qardawi. (2004). *Peran dan Nilai Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu*. Jakarta: Robbani Press.

## **Sumber Skripsi dan Jurnal**

- Adila Ukhtina Utami. (2016). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen pada Produk iPhone”. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri ntasari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam*.
- Ahmad Yanu Alif Fianto. (2014). "The Influence of Brand Image on purchase Brand Trust". *Marcrothink Institute Vol.5 No.2, 62*.
- B.Alfian. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova PT Cabang Polman*. Makassar: Skripsi Universitas Hasanuddin.
- Bayu Prawira dan Ni Nyoman Kerti Yasa. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Undayana 3, No 12*.
- Berty Windi Tondang. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Pekanbaru. *Jom Fisip Vol. 6: Edisi II Juli – Desember 2019*,
- Dedi Nurdiansyah. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung”, . *Skripsi Jurusan Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*.
- Dessy Amelia Fristiana. (n.d.). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan. *Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Durianto, D dan C. Liana. (2004). Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Ekonomi Perusahaan, 11, 35-55*.

Febrianto Heru. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android. *skripsi thesis Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis.*

Fozia Malik, Sara Yaqoob dan Abid Samih Aslam. (2011). The Impact of Price Perception On Costumer Loyalty In The Airline Context. *Journal of Business & Economics Research*, Vol.9, No.9

Jirawat Anuwichanont. (2011). The Impact of Price Perception On Customer Loyalty In The Airline Contest. *Journal of Business And Economics Research*, Vol.9 No.9, 491.

Julia Retnowulan. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiami. *Cakrawala Vol. XVII, No 2., September, 1.*

Maria Goreti Usboko. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung.* Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

Nova Dhita Kurniasari. (2013). “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Warung Steak dan Shake Cabang Jln. Sriwijaya11 Semarang),” *.Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.*

Rahmad Rizki. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minatbeli Konsumen Produk Kosmetik Wardah. *Jom Fisip Vol. 5: Edisi I Januari – Juni 2018, 5.*

Rhendria Dinawan. (2010). (Thesis) Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Thesis tidak diterbitkan. *Universitas Diponegoro.*

Rizki, B. (2012). Analisis Pengaruh Iklan Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Masyarakat Kec. Tampan Pekan Baru). *Studi Manajemen UIN SUSKA Riau, Pekanbaru*.

Rizky Amalina Bachriansyah. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang. *Universitas Diponegoro Semarang Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen*.

Taufik Hidayat, Funny Mustikasari Elita dan Agus Setiawan. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Universitas Padjajaran Vol.1 No.1*.

Vernando. (2018). “ Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung( Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Samsung Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta), Skripsi Program Studi Manajemen Fakult. *Skripsi Program studi Manajemen fakultas Ekonomi Sanata Dharma*.

Vocke Poli. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection. *Berkala Ilmiah efisiensi, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Volume 15 No.05, 757*.

### **Sumber internet**

*Semangat Samsung| Filosofi |Visi| Samsung Indonesia*. (1995). Retrieved 14 Februari jum'at, 2020, from Semangat Samsung| Filosofi |Visi| Samsung Indonesia:

<https://www.samsung.com/id/aboutsamsung/vision/philosophy/samsung-spirit/>

*Kebun Bunga, Banjarmasin Timur, Banjarmasin*. (2019, Juni Selasa). Retrieved 18 Februari Selasa, 2020, from Kebun Bunga, Banjarmasin Timur, Banjarmasin:

[https://id.wikipedia.org/wiki/Kebun\\_Bunga,\\_Banjarasin\\_Timur,\\_Banjarasin](https://id.wikipedia.org/wiki/Kebun_Bunga,_Banjarasin_Timur,_Banjarasin).

*Bagaimana sejarah berdirinya Samsung?*- Quora. (n.d.).

Imroatus Sholichah. (2016, Januari 19). *http://digilib.uinsby.ac.id/3508/*. Dipetik Mei Kamis, 2020, dari Hubungan Citra Merek Im3 Dengan Minat Beli Konsumen: <http://digilib.uinsby.ac.id/3508/>

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved 03 26, 2016, from <http://kbbi.web.id> : <http://kbbi.web.id>

Masyitoh, A. D. (2017, 22 Oktober Minggu). *Pemenuhan Kepuasan Konsumen Sesuai Etika Bisnis Islam*. Retrieved 28 Februari Jum'at, 2020, from Kompasiana.Com:  
<https://www.kompasiana.com/ayudewi07/59ebe23bff240565b5533eb2/pemenuhan-kepuasan-konsumen-sesuai-etika-bisnis-islam?page=all#>

Media Publications. (n.d.). *Promosi dan Kualitas Produk*. Retrieved 02 24, 2019, from <https://media.neliti.com/media/publications/106211-ID-pengaruh-promosi-dan-kualitas-produk-ter.pdf> : <https://media.neliti.com/media/publications/106211-ID-pengaruh-promosi-dan-kualitas-produk-ter.pdf>

Mustolih, Panca Ragil. (2018). *(skripsi) Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Minat Beli Produk Bloods Industries Yogyakarta Pada Pengunjung Kawasan Distro Demangan Baru*. Dipetik Mei Kamis, 2020, dari  
<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/3022/>: <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/3022/>

Musyarofa Ofa. (2018, 20 March Selasa). *Teori Daya Beli*. Retrieved 6 March Jum'at, 2020, from [musyarofa.wordpress.com](http://musyarofa.wordpress.com):  
<https://musyarofa.wordpress.com/2018/03/20/teori-daya-beli/>



Putra Dani Irawan. (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta*. Dipetik Mei Kamis, 2020, dari <https://eprints.uny.ac.id/16799/1/SKRIPSI.pdf>:

Samsung. (1995-2020). *Filosofi l Filosogi l Visi l Samsung Indonesia*. Retrieved Mei Selasa, 2020, from <https://www.samsung.com/id/aboutsamsung/vision/philosophy/philosophy-goals/>

Wikipedia. (n.d.). *wikipedia*. Retrieved maret 19, 2019, from <https://id.wikipedia.org/wiki/Samsung>,