



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dk, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012
- Abdullah, Boedi, *Perubahan Pemikiran Ekonomi Islam*, Pustaka Setia, Bandung, 2010
- An-Nabhani, dk, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Risalah Gusti, 1996
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah (dari Teori ke Praktik)*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Cannon, Joseph P., dk, *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global edisi 16 buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Daryanto,dk, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 2014
- dataolah.blogspot.co.id
- Dian Permata Sari, *Pengaruh Citra Konsumen dan Citra Produk Wardah Kosmetik Terhadap Minat Beli Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011 ditinjau Menurut Ekonomi Islam*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2015
- Fadhel_derek_ Analisis dari beberapa Jurnal mengenai Kepuasan, dan Perilaku Konsumen.html
- Febrian, Jack, *Menggunakan Internet*, Bandung: Informatika, 2008
- Ferrinadewi, Erna, *Merek & Psikologi Konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Gani, Erizal, *Komponen-Komponen Karya Tulis Ilmiah*, Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2013
- googleweblight.com
- Hasan, Ali, *Marketing*, Jakarta: MedPress, 2008
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Herlambang, Susatyo, *Basic Marketing: Dasar-Dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hidayat, Mohamad, *an Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2010

<http://en.wikipedia.org/wiki/ISP>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Internet>

<https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-sains-dan-teknologi/>

Intan Suti, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010

Jurnal Skripsi “*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Yaris Pada Pt. Agung Automall Pekanbaru*” artikel diakses pada 26 Mei 2017 dari repository.uin-suska.ac.id/1546/1/2012_2012164MEN.pdf

Jurnal Skripsi “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penggunaan Paket Internet Pada Telepon Seluler*” diakses pada 3 Juni 2017 dari

Jurnal Skripsi, “*Analisa Pengaruh Perceived Quality Terhadap Perceived Value Konsumen Pengguna Internet Mobile XL di Surabaya*”, artikel diakses pada 15 Oktober 2016 dari studentjournal.petra.ac.id

Jurnal Skripsi, “*Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*”, artikel diakses pada 15 Oktober 2016 dari jurnal.widyamanggala.ac.id

Kerjasama penerbit ANDI dengan MADCOMS, *Menggenggam Dunia dengan Internet*, Yogyakarta : ANDI, 2010

Knapp, Duane E., *The Brand Mindset*, Yogyakarta: ANDI, 2001

Kotler, Philip, dk, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2008

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta:Erlangga, 1990

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran: Perspektif Asia*, Yogyakarta: ANDI, 2000

Ma'ruf, Hendri, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: Gramedia, 2005

Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006

Mujahiddin, Akhmad, *Ekonomi Islam 2*, Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2014



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nitisusastro, Mulyadi, *Perilaku Konsumen: dalam perspektif kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Nur, M Rianto Al Arif,dk, *Teori Mikroekonomi (suatu perbandingan ekonomi islam dan ekonomi konvensional)*, Jakarta: Kencana, 2010
- Purwanto, Erwan Agus,dk, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Gava Media, 2011
- Riofita, Hendra, *Sistem Ekonomi Islam*, Pekanbaru: PT. Sutra Benta Perkasa, 2013
- Riofita, Hendra, *Strategi Pemasaran*, Pekanbaru: Mutiara Pesisir Sumatra, 2015
- Sangadji, Etta Mamang,dk, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: ANDI, 2013
- Sarwono, Jonathan, *Strategi Penelitian di Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006
- Sumarwan, Ujang, *Prilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2002
- Sunyoto, Danang, *Metode Peneltian Ekonomi*, Yogyakarta: CAPS, 2011
- Supranto, J.,dk, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran: uuntuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Jakarta: Mitra Kencana Media, 2011
- Suyanto, M., *Marketing Strategi: Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: ANDI , 2007
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen & Strategi Merek*, Yogyakarta: ANDI, 2011