



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 159 dan Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6
Akademik UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- Darmanto dan Wardaya, Sri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B.W. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Djaslim Saladin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya: Bandung.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Mamang, Etta S dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- M. Suyanto. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Dermawan, Rizky. 2013. *Pengambilan Keputusan Landasan, Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Alfabeta: Bandung.
- Schiffman dan Kanuk, Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi ke-7*. PT. Indeks.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfa Beta: Bandung.
- Siregar, Sofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana: Jakarta
- Suliyanto. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung
- Supranto, J dan Limakrisna, N .2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 2*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

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.



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.

Thamrin, dan Tantri, Francis. 2013. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi ke-3*. Andi: Yogyakarta

Skripsi

Lukman Arif Prakoso. 2015. *Skripsi Pengaruh Harga, Iklan, dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung Galaxy Series*.: Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

Prajanu Pitamakoro, (2018). Skripsi: *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Circa Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan (Studi Kasus Pada TOP Coppee di Yogyakarta)* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Jurnal

Chaterina, Ivana. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'chick*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis 1* (3)

Hamidah, Siti. (2013). "Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia)", *Jurnal Ekonomi*, Volume 21 Nomor 4, Desember 2013

Endah Winarti, (2015). *Jurnal Kelola: Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Di Dealer Pusat PT.Nissan Motor Indonesia Jl. Mt Haryono Kav. 10 Jakarta Timur*. Vol. 2. No.3 Edisi September 2015 ISSN: 2337 – 5965. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen ABFII Perbanas Jakarta.

Endro Arifin dan Achmad Fachrodji, (2015). *Jurnal MIX: Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan*. Volume V, No. 1, Feb 2015. Universitas Airlangga, Surabaya.

Fifyanita Ghanimata (2012). *Jurnal: Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang 2012. *Ekonomika dan Bisnis/Manajemen*.



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.

Malik, F., Yaqob, S., dan Aslam, A.S. (2012). *the impact of price perception and brand image on customer satisfaction and repurchase intention. international journal of economics, commerce and management*, Vol. VI Issue 10 Oktober 201, diakses 14 mei 2019 pukul 01.04 wib.

Nanda Purnama Nuprianti, (2016). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : *Pengaruh Personal Selling, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil*. Volume 5, Nomor 1, Januari 2016 ISSN : 2461-0593, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya.

Supriyadi, Yuntawati Fristin, Ginanjar Indra K.N. (2016). Jurnal Bisnis dan Manajemen: *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. Vol. 3 No.1, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Merdeka Malang.

Nusrain Bnu Hajar Hastuti Moh. "*Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*". IOSR Jurnal Bisnis dan Manajemen (IOSR-JBM) 20.8 (2018): 76-81.

Bismar Simarmata, S.S. M.M, (2016). Jurnal "INTEGRITAS": *Pengaruh Citra merek dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian produk smartphone vivo pada mahasiswa STIE* Vol. 2 No.1, STIE ITMI

Nusrain Bnu Hajar Hastuti, Moh. Amin, Sinar waty Nursaban, Rommy, Abdul Razak, Yusuf Nofal Nur, 2018. *Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Jurnal Bisnis dan Manajemen IOSR (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 20, Edisi 8. Ver. II (Agustus 2018), PP 76-81*

Website

<http://www.apji.or.id>

id.techinasia.com

<https://selular.id/2018/09/idc-top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q2-2018/>

<http://majalah.pengusahamuslim.com/pemasaran-dalam-perspektif-islam/#stash.acEMFyDf.dpuf>