

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Albani, Muhammad Nashiruddin. 2007. *Shahih Sunan Ibnu Majah*. Jakarta: Pustaka Azzam
- Andrea, Roni. 2010. *Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis*.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Grafindo Persada
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 1. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- _____. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pres
- Azhar Basyir, Ahmad. 2003. *Asas-asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta : UII Pers
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Lina Salim. Ed. Ke-2. Jakarta : Erlangga
- Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis*, Alih Bahasa Lina Salim. Edisi 4. Jakarta : PT. Gelora Askara Pratama
- Durianto, Darmadi, dkk. 2003. *Strategi Menklikan Pasar melalui RisetEkuitas dan Prilaku Merek*. Jakarta : PT. Grafindo Pustaka Utama
- Doerwardaminto. 2004. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Febrian, Ferdhy. 2010. *The power of Selling, Kekuatan Menjual*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta : CAPS
- Hartono. 2011. *Metodologo Penelitian*. Yogyakarta : Zanafa Publishing bekerja sama dengan media Yogyakarta
- Ismail Yusanto, M, dkk.2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta : Gema Insani
- Izzan, Ahmad & Tanjung, Syahri. 2006. *Referensi Ekonomi Syariah : Ayat-ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Cet 1). Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung : PT. Mizan Pustaka

Hak Cipta Diindungi 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.

- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana
- Kotler, Philip. 1990. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip, dan Susanto A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler dan Armstrong, Gery. 1999. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Perhalindo
- Mowen, Mayor dan Kent Minor. 1998. *Analisis Prilaku Konsumen dan Faktor-faktor yang mempengaruhi*. Edisi Terjemahan. Jakarta : Rieneka Cipta
- Muhammad, 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : Rajawali Pers
- Mujahidin, Akhmad. 2014. *Ekonomi Islam 2 (Pasar, Perdagangan, Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan, dan Kontribusi*. Ed. 1. Pekanbaru : Al-Mujtahadah Press
- Nasution, Mustafa Edwin. 2011. *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta : Graha Ilmu
- Paul Peter, J, Olson, Jerry C. 2000. *Consumer Behavior Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Ed. 4. Jakarta : Erlangga
- Philip, Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Pemasaran Implementasi Kontrol*. Edisi Indonesia Jilid 1. Jakarta : PT. Prenhallindo Pura Angga Wijaya
- Andesa, Roni. 2010. “*Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis*”. dari <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minat-konsumen.html>
- Shaleh, Abdul Rahman, 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespektif Islam*. Jakarta : Kencana
- Setiadi, Nugroho J. Penelitian Pemasaran. Bogor : Kencana 2003. Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Penjualan*. Ed. 3. Yogyakarta: BPFE
- Sugiyono. 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Kelima. Bandung: CV. Alfabeta
- _____. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta



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.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Syagir Sula, M. 2004. *Asuransi Syariah*. Jakarta : Gema Insani

Tjipno, Fandy, Geogorius, Dadi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFEST

Ujang, Sumarwan. 2002. *Prilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : PT. Penerbit Ghalia Indonesia

<http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minat-konsumen.html?m=1>

[Http://materikuliahmanajemens1.blogspot.com/2013/07/pengertian-harga.html?m=1,](http://materikuliahmanajemens1.blogspot.com/2013/07/pengertian-harga.html?m=1)