



## DAFTAR PUSTAKA

- Chairy, dan Bunga Geofanny Fredereca. 2010. “Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone BlackBerry”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 3, No. 2, Agustus  
<http://majalahmuslimsehat.com/olah-raga-dalam-pandangan-islam/> diakses 15 Desember 2016
- <http://majalah.pengusahamuslim.com/pemasaran-dalam-perspektif-islam/> di akses 15 Desember 2016
- Imancezar, Reagi Garry (2011). “Analisis Pengaruh Motivasi Kosume, Presepsi Konsume, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Disrietsides di Semarang)”.  
[eprints.undip.ac.id/28956/1/JURNAL\\_SKRIPSI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/28956/1/JURNAL_SKRIPSI.pdf)
- Kotler, Phillip dan Kevin L, Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, AlihBahasa: Benjamin Molan, PT. IndeksGramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. Edisi 14 Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* , Edisi 13 Jilid 1, Alih Bahasa, Bob Sabran, (Erlangga: Jakarta, 2008).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2009, *Manajemen Pemasaran* Jilid I, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I ed.12, PT. Indeks, Jakarta

### 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 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.

- Leon, G. Schiffman & Leslie, L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. (Edisi terjemahan oleh Zoelkifli Kasip). Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurchaya Agung Sulistya Budi (2015). "Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung". [Eprints.uny.ac.id/26437/1/NurchayaAgungSulistyaBudi\\_08408144032.pdf](http://eprints.uny.ac.id/26437/1/NurchayaAgungSulistyaBudi_08408144032.pdf)
- Nugroho, Ismail Madhe (2013). "Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Swift (Studi pada Konsumen Suzuki Swift di Semarang)". <http://eprints.undip.ac.id/41763/>.
- Nurul Andini (2010). "Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan di SDit Bina Insani Semarang". [Eprints.undip.ac.id/23001/1/SKRIPSI\\_DINI.PDF](http://eprints.undip.ac.id/23001/1/SKRIPSI_DINI.PDF)
- Priyanto, Duwi, 2010, *Pahan Analisis Statistic Data Dengan SPSS*, penerbit Media Com. Yogyakarta
- Setiadi, N.J. 2015. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan Keenam: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Jakarta (ID): Kencana Media.
- Sugiyono, 2012. *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran, Teori & Implementasi*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

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.

Schiffman, L. G. dan, L. L. Kanuk. 2009. *Persepsi kualitas, Consumer Behavior*.  
New Jersey: Perason Prestice Hall.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Edisi  
Pertama. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

Wiranata, Fahmi (2013). “Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Presepsi  
Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk  
Ponsel Nokia (Studi Pada Konsumen Nokia di Semarang)”  
<http://eprints.undip.ac.id/42203/1/WIRANATA.pdf>.