

## DAFTAR PUSTAKA

- Johan Arifin, Etika Bisnis Islam, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm.107 17
- Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003, hlm. 299.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat, 2006, hlm.121.
- Philip Kotler., hlm.774
- Swastha, Basu dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty, 2005, hlm. 353
- Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2004, hlm. 1150
- David Aaker, Manajemen Pemasaran Strategis (Jakarta: Salemba Empat,2013),hlm.204
- Philip Kotler & A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia (Jakarta: Salemba Empat, 2001),hlm.579.
- Henry Simemora, Manajemen Pemasaran Internasional (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm.540.
- Jatmiko, Retno Lies Setyawati, Pengaruh Brand Positioning dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha, Jurnal Ekonomi (JE) Vol.6 No.2, 2015, hlm. 22-23.
- Henry Simemora, Manajemen Pemasaran Internasional (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 205.
- Darmadi Durianto, Sugiarto dan Toni Sitinjak, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, (Jakarta: Gramedia, 2001) hlm.79.
- Tjetjep Djatnika, Teori Keputusan Pembelian, Jakarta: Salemba Empat, 2006, hlm.120
- Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius, dan Adriana, Dadi. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Swastha Basu, Irawan. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Swastha, Basu, Handoko, Hani. (2000). *Manajemen Pemasaran “Analisis Perilaku Konsumen”*. Yogyakarta: BPFE.

Drumond, Helga. (2003). *Metode Penelitian Bisnis Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Singarimbun, Masri, Effendi, Sofian. (2006), *Metode Penelitian Survei* (Editor). Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

Mahardika Wahid M. 2015, Pengaruh Tarif dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Kartu Pabayar Produk Indosat IM3 Oleh Mahasiswa UIN Walisongo Semarang, Semarang. UIN Walisongo

Maula Nur I. R. 2018, Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Elzatta Purwokerto, Purwokerto. IAIN Purwokerto

Pradipta Dicho, 2016, Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana simPATI Telkomsel, Malang, Universitas Brawijaya Malang.

Bawono Adhi, Isanawikrama, Kusumah Arif, Jhony Kurniawan, 2018, Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ), Jakarta. Bina Nusantara University

Basu Swasta & Irawan, 2002, Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta : Liberty

Andi M. Sadat, 2009, *Brand Belief*; Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan. Jakarta: Salemba Empat

Zuliyarso Zumri, Hidayat Wahyu, EP Apriatni, 2013, *EFFECT OF BRAND EQUITY AND PROMOTION TO PURCHASING DECISIONS OF HONDA MOTORCYCLE (Case Study On TunggalSakti Sejahtera Semarang Dealer Consumer’s)*, Semarang, Universitas Diponegoro

Sunarti Leti, 2011, Analisis, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Merek, Promosi Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Helm Merek Ink, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah

Mahardika Wahid Muslimin, 2015, Pengaruh Tarif dan Promosi terhadap Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Indosat IM3 oleh Mahasiswa UIN Walisongo Semarang

Pradipta Dicho, Hidayat Kadarisman, Sunarti, 2016, Pengaruh *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPati Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang), Malang, Universitas Brawijaya Malang

Aaker, D. A. (1989). Strategisches Markt-Management. In *Strategisches Markt-Management*. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-84578-8>

Armstrong, G. dan P. K. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.

Assael Henry. (2004). *Consumer behavior : a strategic approach* / Henry Assael. - Version details - Trove.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior*, 9th Eds. *New York: Harcourt*.

Kotler. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. In *Jakarta : Penerbit Salemba Empat*.

Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Rambat Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta. In *Penerbit Salemba*.

Simemora Hnery. (2000). *Manajemen Pemasaran Indonesia* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. In *PT. Remaja Rosdakarya*.

Swastha, Basu Dharmmesta, T. handoko. (2014). *Manajemen Pemasaran*. In *PBFE Yogyakarta*.

Tjetjep Djatnika. (2006). *Teori Keputusan Pembelian* . Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2005). Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran. Strategi Pemasaran*.

William Nickels, James McHugh, S. M. (2016). Understanding Business. In  
*McGraw-Hill Education* (Vol. 11th).