

## DAFTAR PUSTAKA

Engel, F. James; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. 2004. *Perilaku Konsumen*.

Diterjemahkan Oleh Budijanto. Jakarta : Binarupa Aksara.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi

13, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2.

Diterjemahkan oleh : Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas,

Diterjemahkan Oleh Benyamin Molan. Jakarta: Jakarta Indeks.

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melenium. Jilid 1. Diterjemahkan Oleh

Ronny A. Rusli. Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Diterjemahkan Oleh Ronny A. Rusli. Jakarta: Prehallindo.

Nuary, F. D. (2010). *Implementasi Theory Of Planned Behavior Dalam Adopsi E-Commerce oleh UKM*. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Ririn Tri. 2015. Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Universitas Airlangga*. Vol 2, No 7, pp. 553-569.

Santosa, MS Eric. (2016). Compromise Effect On Consumers Behavior. *Journal of Indonesian Economy and Business*. Vol 31, No. 3, pp. 325-344.

Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro*. Skripsi/Thesis. Semarang: Universitas Diponegoro.

Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4043 - 4068.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2010), *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wibowo, I., & Samad, A. (2016). Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi. *Open Journal Systems Unkris*, 4, 2338 – 4794.

Yuliana, L. (2014). *Pengaruh Persepsi Dimensi-Dimensi Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Tas Wanita Di Gerai Elizabeth Malang*. Skripsi/Thesis. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.