

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Aaker, David A. 1996. *Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Ayesha Anwar , Amir Gulzar , Fahid Bin Sohail , Salman Naeem Akram. (2011). *Impact Of Brand Image, Trust And Affect On Consumer Brand Extension Aattitude: The Mediating Role Of Brand Loyalty*. *International Journal of Economics and Management Sciences* Vol. 1, No. 5, 2011, pp. 73-79
- Astuti, Rini. dan Abdullah, Ikhsan. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman*. Vol. 5 No. 2, September 2017. (ISSN 2355-1488).
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Astuti, Rini. dan Abdullah, Ikhsan. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman*. Vol. 5 No. 2, September 2017. (ISSN 2355-1488).
- Asri, Marwan. 1991. *Marketing*. Edisi pertama. Yogyakarta: Penerbit UPP-AMP YKPN.
- Basu Swasta, dan T. Hani Handoko. 2008. *Manajemen pemasaran*. Analisa Perilaku Konsumen. Edisi 1, cetakan keempat. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Cockrill, Antje dan Mark M.H. Goode. (2010). *Perceived Price and Price Decay In The dvd Marke*. *The Journal Of Product And Brand Management*. 19 (5).
- Effendi, Rizky Amalia. dan Satrio, Budi. 2018. Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Karita Muslim Square. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 7 No. 9, September 2018. (ISSN 2461-0593).

- Fitaloka. dkk. 2019. Pengaruh Celebrity Endorses, Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jilbab. *IQTISHADequity Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen*. Vol. 1 No. 1 Tahun 2019. (ISSN: 2622-6367).
- Ferinda Dewi, Erna. 2009. Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Faedah, Nur. 2016. Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea pada Showroom Lea di Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 4 No. 1, 2016. (ISSN: 2355-5408).
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gain, Robert. dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 2 No. 2, Juni 2017.
- Go Muslim, *Go Internasional Hijab Elzatta Bidik Pasar Komunitas Muslim di Inggris* di akses dari <http://www.gomuslim.co.id> 2018
- Hawkins & Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hendra Fure. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Produk Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, Jurnal EMBA. Vol 1 Nomor 3.
- Hartimbul, Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV.Yrama Widya.
- Indrawati, Devi. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya. *Journal of Research in Economics and Management*. Vol. 15 No. 2, Juli-Desember 2015.
- Janah, Miftakul. dan Wahyuni, Dewi Urip. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6 No. 4, April 2017. (ISSN: 2461-0593).
- Juran, J.M., Gryna, F.M. (1993). *Planiranje i analiza kvalitete: Od razvoja proizvoda do upotrebe*. Zagreb: MATE.

- Kennedy, S., & Corkindale, DR (1976). *Managing the advertising process*. Lexington Books.
- Kato, Y. (1998). “*Target Cost Management and Organizational Theories*”. *Management Accounting Workshop. Kobe University available at: <http://www3.bus.osaka-cu.ac.jp/apira98/archives/pdfs/48.pdf> (15.10.2012.)*
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip. 2003. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & K.L., Keller. 2009b. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, K.L. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kusuma, Wisnu. dan Saputra, Sumarno Dwi. 2015. Pengaruh Desain Gambar, Merek, dan Kualitas Produk Kaos terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Idiomatic Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 15 No. 2, Juni 2015.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Luthfia Widha Emil. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan pembelian Pada Coffe Shop Kofisyop Tembalang*. Hal 19. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Lupiyodi, Hamdani. 2008. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empa
- Lutiary Eka Ratri, 2007. **Hubungan Antara Citra Merek Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (brand loyalty) pada mahasiswa Pengguna Telepon Seluler**. Fakultas Psikologi, Undip, Semarang.
- Modi, S. and T. Jhulka. 2012. Impact of Promotional Schemes on Buying Decisions of a Consumer. *International Journal Of Sales Marketing Management Research and Development (IJSMMRD)*, 2(2): 40-48.
- Muharram, Wifky. dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Proseding Seminar Nasional Multi Displin Ilmu&Call For Papers UnisbankKe-3(Sendi_U 3)*.
- Nangoy, c. l., & Tumbuan, w. j. f. a. (2018). *The Effect Of Advertising and Sales Promotion On Consumer Buying Decision Of Indovision TV Cable Provider*. *Jurnal Emba*, 6(3), 1228–1237.
- Nabhan, Faris. dan Enlik Kresnaini. 2005. Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal dan Manajemen*. Vol.6 No.3.
- Refi, T.Muana. dan Tarlis, Andi. 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim pada Toko Sedia Peureulak Aceh Timur. *JII:Jurnal Investasi Islam*. Vol. IV No.2, September 2019.
- Setyaningsih, Dani Khoerinisa. 2020. Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Hedonis dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*. Vol. 1 No. 2, April 2020. (E-ISSN 2716-2583).
- Stanton, William J. (1981: 445) (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Starch D. (1923). *Principles of Advertising*. AW Shaw Company, Chicago.
- Subroto, Edi. 2011. *Pengantar Studi Semantik dan Pragmatik*. Surakarta: Cakrawala Media.
- Suri Amalia. dan Asmara NST, M Oloean. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek

Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 6 No. 1, Mei 2017. ISSN 2252-844X

Simamora, Bilson. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Widiansyah Putra (2018). Pengaruh Desain, Kualitas Produk, Harga, Merek dan promosi terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim pada Galeri Elzatta Palembang Square Mall. *Dalam Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*. Diakses pada September 2018.