

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahannya*, Departemen Agama Republik Indonesia, Pustaka Agung Harapan, 2006.
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.
- Chapman, Joe dan Russ Wahlers 1999, "A Revision and Empirical Test of the Extended Price Perceived Quality Model", *Journal of Marketing*..
- Coemani Enril Ferdinand dan Rini Nugraheni. 2013 "Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Suzuki". Pdf. Universitas Diponegoro. Skripsi. <http://eprints.undip.ac.id/38998/1/ferdinan.pdf> (Diakses 15 Maret 2017).
- Durianto, Darmadi Sugiarto, Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset. Ekuitas dan Prilaku Merek*, Jakarta: Gramedia.
- Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Brand Equity Ten*, Strategi Memimpin Pasar. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Dharmmesta, B.S. 1999. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol.14(3). hal 73-78.
- Darmadi, Durianto. 2007. *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Foedjiawati dan Hatane Samuel. 2005. "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek". *Universitas Kristen Petra Surabaya*. https://www.researchgate.net/publication/50434682_pengaruh_kepuasan_konsumen_terhadap_kesetiaan_merek_Studi_Kasus_Restoran_The_Prime_Steak_Ribs_Surabaya.pdf. (Diakses tanggal 8 Februari 2017).
- Ghazali, Imam. 2005 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kedua*, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Giddens, Nancy. 2002, *Brand Loyalty, Missouri Value-added Development Center*, University of Missouri.
- Gujarati, Damodar.1993. *Ekonometrika Dasar*, cetakan ketiga, Jakarta Erlangga.
- Herma Yunitasari dan Ahyar Yuniawan,2006“*Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota*” Universitas Diponegoro.<http://eprints.undip.ac.id/33012/pdf>(Diakses tanggal 8 Februari 2017)
- I Made Budiyanto. 2016, “*Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan pembelian Motor Honda di Gianyar*”, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja,Indonesia.<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/viewFile/7674/5228>. pdf. (Diakses tanggal 9 Februari 2017)
- IrAdiwarman,A karim. 2007 *Ekonomi Islam* hlm.103 Jakarta:PT Karya Grafindo Persada.
- Junaidi, Chaniago. 2010. Tabel r <http://junaidichaniago.wordpress.com>. (Diakses tanggal 16 April 2017)
- Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Kotler P. & Garry Amstrong. 2008. *Principles of Marketing* 12th edition Prentice Hall International by Pearson Education.
- _____. 2001, *Prinsip-prinsipPemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta,Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 2* Edisi Bahasa Indonesia Jakarta.Indeks.
- Krystia Tambunan. 2012 “*Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto*” Universitas Semarang.Pdf. <http://eprints.undip.ac.id/35986/>.Pdf. (Diakses tanggal 11 Maret 2017).
- Kuncoro, Mudrajad. 2009 *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- _____. 2007. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Lindawati. 2005. “Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Asosiasi Merek dalam Extensi Merek pada Produk Merek Nokia di Surabaya”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. IV, No. 1, Mei 2005, hal.47-70.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2006. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*. Penerbit: PT. Erlangga. Jakarta.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, Evan Biham. 2015. “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek Pada Produk Handphone Samsung Berbasis Android dan Di Tinjau dari Sudut Pandang Islam”. Universitas Yarsi. Skripsi.
- Nurrianto, M, Al Arif. 2002. *Modul Ekonomi Islam dan Konvensional* (bab teori produksi)
- Purwo, Nurintantio Saputro. 2014. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy”. Universitas Widyatama Bandung. *Skripsi*. Pdf. (Diakses tanggal; 16 Maret 2017).
- Ratna Sari. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Handphone Samsung”, Skripsi. Universitas Yarsi.
- Schiffman and Lazar Kanuk. 2000. *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2005. *Ekonometri*, Buku Kesatu, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta : Andi Offset.
- _____. 2008, *Strategi Pemasaran. “Pengertian Tentang Atribut Produk”*

- Widya. Handayani. 2011. "Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series". Universitas Gunadarma. Pdf. <http://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/857> (Diakses tanggal 10 Maret 2017)
- Zuhdi, Saefudin dan Denny, Supardi. 2009. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Konsumen Pengguna Motor Honda Vario". Bogor. Volume 9 No.2, Oktober, 2009: 1041-111. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=132988&val=5616> (Diakses tanggal 13 April 2017)