

## DAFTAR PUSTAKA

- Assaouri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Arsyad, Royidah, 2016. Mari Belajar Sukses Berbisnis ala Owner Hijab Alila (online), ([www.muslimahdaily.com](http://www.muslimahdaily.com)), diakses 19 Desember 2017. Pukul 15:08 wib.
- Affan, Heyder, 2015. Mengapa Hijab Syar'i Merebak dan Menjadi Trend?, (Online), ([www.bbc.com](http://www.bbc.com)), diakses 19 Desember Pukul 17:00 wib.
- Anindita, Rina, Hasyim. 2009. *Prinsip-prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta: UIEU – University Press.
- Dwiandani, Tantri, Diah. (Penterjemah), 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hijabku, Alila, 2017. (online), (<http://www.Ailahijabku.co.id>), diakses 19 Desember 2017. Pukul 15:08 wib.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Himawan, Hira, Adrian. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli *Notebook* Acer (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*, DI. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ma'ruf, Amar. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Big Cola (Studi Kasus di Grogol, Jakarta Barat). *Skripsi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta.
- Mardiyansyah, Rizki. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Milo. *Skripsi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta.
- Madeamin, Ishaq. 2017. Validitas Dengan Korelasi *Product Moment* Dengan Angka Kasar. (Online), ([www.ishaqmadeamin.com](http://www.ishaqmadeamin.com)), diakses 30 Januari 2018. Pukul 13:06 wib.
- Ni Putu Novia Karlina, dan Ni Ketut Seminari SE, M.Si. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar*. Penerbit: E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6, 2015: 1610-1623, ISSN: 2302-8912.

- Putra, Permadi, Giardo, Arifin, Zainul, dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014, Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). Penerbit: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 48, No.1 Juli 2017. *administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*
- Rahmawati, Ristu, Annisa. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk di Nurul Izza Yogyakarta. *Skripsi*, DI. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Ratnasari, Maria, Dewi, Seno D, Hermani Agus, dan Listyorini Sari. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Blackberry* (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Diponegoro Semarang). (*Online*). Penerbit: *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC* (<http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>)
- Romdhoni, Ali. 2017. Indonesia dan Mitos Muslim Terbesar di Dunia. (*Online*), (<https://geotimes.co.id>), diakses 19 Desember 2017, Pukul 16:00 wib.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-2 Yogyakarta: CAPS
- Suti, Intan. 2010. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Esia* (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta). *Tugas Akhir*, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Willem, Manoppo, Jacky R, dan Tumbuan, Alfa J.F. 2014, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Parfum *Excite Oriflame*. Penerbit: Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014, Hal. 1032 - 1042, ISSN 2303-1174