

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. 1997. *Manajemen Produksi*. Yogyakarta: BPFE
- Ali, Yunus. 2012. "Halal Branding: A Study of Muslim Consumers Perspective".
- Astogini dkk. 2011. "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan)". *JEBA*, Vol.13, No.1, Maret 2011
- Basu Swastha, DH dan Irawan. 2003. **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty:Yogyakarta.
- Edbert dkk. 2012. "Pengaruh Image, Harga, Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi pepsodent di Kota Manado". *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1035-1044
- Essoo, Nittin and Dibb. 2004. Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study. On *Journal of Marketing Management*. Vol. 20. PP: 683-712
- Fiani, Margaretha dan Japarianto, Edwin. 2012. "Analisis Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo". *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN* Vol. 1, No. 1, (2012) 1-6
- Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal. 2012. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)". *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 1. No. 2. Hal. 1 – 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haerudin. 2013. " Pengaruh faktor-faktor ycitra merek" *Program Studi manajemen STKIP Siliwangi Bandung, 2*
- Hidayat, Mursyid. 2012. "Pengaruh Citra Produk dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Jahe Wangi CV. Intrafood". *GRADUASI* Vol. 28 Edisi November 2012
- Indriani dan hendiarti. 2009. "Studi Mengenai Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek Maskapai Garuda Indonesia". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol VIII, No. 1, Mei 2009, halaman 83 – 106
- Iswandi Sukartaatmadja dan Andri Suryanadi, 2011. Pengaruh Promosi Melalui Media Brosur Terhadap Citra MEREK (Studi Kasus Pada PT. Bogor Raya

- Development), *Jurnal Ilmiah Ranggading* Vol. 11 No. 1 April 2011:111-116.
- Iswayanti Ika Putri, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing* (Edisi 13). United States of America: Pearson.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran* Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Erlangga
- Lestari dkk. 2015. "Pengaruh Pesan Iklan, Tema Iklan, Musik dan Bintang Iklan Terhadap Brand Image, dengan Intervening Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lux di Kelurahan Gedawang".
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Martini, Tina. 2015. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic". *Jurnal Penelitian*, Vol. 9, No. 1, Februari 2015
- Masri Singarimbun Efendi, Sofyan, 2005, *Metode Penelitian Survey*, Pustaka LPJES. Indonesia
- Mukhtar, A. and Butt, M. M. (2012), "Intention to choose Halal products: the role of religiosity", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3 No. 2, pp. 108-120.
- Nasution, Putra dan Rossany, Yossie. 2016. "Hubungan antara Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Membeli Pangan Halal dimoderasi oleh Persepsi Konsumen atas risiko". *Jurnal ilmiah Research Sains* Vol.2 No. 2 Juni 2016.

- Ninik dkk. 2005. "Pengaruh jingle iklan, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario di PT. Zirang Honda Semarang".
- Noerchoidah. 2013. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Iklan
- Shah Alam and Rohani Mohd and Badrul Hisham (2011), Is religiosity an important determinant on Muslim consumer behaviour in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2 No. 1, 2011 pp. 83-96
- Sheth J. N (1999), "History Of Consumer Behavior: A Marketing Perspective", Association for Consumer Research, 37 (3), pp. 50-56.
- Singarimbun, dan Effendi, 2005. Metode Penelitian Survey, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.
- Stanton, William J. 2002. **Prinsip Pemasaran**. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif". Bandung :ALFABETA.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, bandung
- Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki".
- Till, Brian D. & Baack, Daniel W. (2005). "Recall and Persuasion". *Journal of Advertising*, Vol. 34, No. 3, pp.47-57.
- Torlak et al. 2013. "The Effect of Brand Image and Religious Orientation on the Attitudes towards Religious Brand Names: A Study on Youth Consumers". *Journal of Business Research-Türk*.
- Weenas, Jackson. 2013. "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta". *Jurnal EMBA* Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 607-618
- Widagdo. (2011). *Masalah dalam brand image & keputusan pembelian*,: Sagung Seto
- Widjaja dan Sudarsosno. J. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pada Kepercayaan Merek Dan Efeknya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Produk air Mineral Aqua".
- William, G. Nickels. 2003. *Marketing Principles*, Second Edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Zulfadly, Edo. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kota Padang".