

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- Adrian Yudya Prasetyo, “Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada Mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015, 2015/2017, dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli dan Menggunakan Sepatu Converse”. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 61 No.3, Universitas Brawijaya, Agustus 2018.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Amir, Muhammad Taufiq. *Dinamika Pemasaran : Jelajahi dan rasakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- An Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, & Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo, 2010.
- Arina Kusna, “Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani di Re-Share Rabbani Blitar”. *Skripsi S1*, IAIN Kediri, Kediri, 2017.
- Asbullah, Alvan Si diq. “*Event Marketing* Sebagai Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Kabupaten Jember”. Skripsi tidak diterbitkan. Jember: Universitas Jember, 2013.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007.
- Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2016.
- Faedah, Nur. “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea di Samarinda”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, (April, 2016).
- Fahmi, Irham . *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Fahmi, Irham. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Ghazali, Imam. *Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang:UNDIP, 2005.

- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Ghazali, Imam. *Metode Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Garaha Ilmu, 2006.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Gujarati, Damondar. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Inayati, Laili Sofia. “Pengaruh Kesadaran Merek, persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian”, *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya*, (April 2017).
- Kasiran, M. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Khairunnas, “Analisis Pengaruh Brand Identity Design Terhadap Proses Pembentukan *Brand Awareness*: Studi Kasus: Nordhenbasic”. Tesis MA tidak diterbitkan Jakarta: Universitas Indonesia, 2011.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga, 2012.
- Marzuki, *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Bagian Penelitian Fakultas Ekonomi UII, 1996.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: UPFE UMY, 2003.
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Prayetno, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2008.

- Rahmatul Aufa “Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian
- Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015.
- Riduan dan Akdon. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sangadji, Etta Mamang dan Supiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Saputri, Eviana Herlin. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen: Studi Pada Konsumen Pengguna Tas Elizabeth di Semarang”. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro, 2017.
- Setiadi, Nuroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- , *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sujarweni Wiratman, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Ardana Media, 2008.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Belajar SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009.
- Sukrabata, Sunardi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Syamsudin, “Analisis Pengaruh Produk dan Harga yang dipertimbangkan konsumen terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia pada Nokia Profesional Center Malang”, Skripsi. UIN Malang, 2006.
- Tanzch, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.

- Tika, Moh. Pabunda. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1999.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setyadi Akbar. *Pengantar Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 1998.
- www.teknopreneur.com diakses pada tanggal 22 Mei pukul 21.20.
- Y., P.E. Rachmadany “Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Garucci Shoes”, e-Proceeding of Management : Vol.1, No.3. Desember, 2014.