

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Yan Januar. “Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Semarang)” Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.
- Angipora, Marius. *Dasar-dasar Pemasaran*, cet I. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 1999.
- Asri , Marwan. *Marketing*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN. 1991.
- Bagus, Denny. “Konsep Bauran Pemasaran [Marketing Mix]: Definisi dan Evolusi Faktor Bauran Pemasaran [Marketing Mix]”, dalam <http://jurnal-sdm.blogspot.in/2010/01/konsep-bauran-pemasaran-marketing-mix.html?m=1>, diakses pada 31 Desember 2014.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Basu,Swastha, Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEE, 2000.
- Chasanah, Nur. “Analisis Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Susu Instan di Pasar Modern Kota Surakarta”. Skripsi—Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya. Duta Ilmu Surabaya, 2002.
- Ecclisia. “Teori Pemasaran”, dalam <http://eprints.uny.ac.id/8751/3/bab%20-%2009410131009.pdf>, diakses pada 03 Desember 2014.
- Kotler, Philip. *Marketing*, jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga. 1994.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo, 1997.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakata: Erlangga, 2008
- . *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 1997.
- . *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia, 1992.
- . *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2009.
- . *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks. 2009.

- Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2005.
- Primanda, Agustinus. “Faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)”. Skripsi-- Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.
- Rahayu, Fina Senja. “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah dalam Memutuskan Pilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Mayjen Sungkono Surabaya”. Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013.
- Rahmana, Rifki Reza, “Etika Persaingan dalam Islam”, dalam <http://rahmanrifki.blogspot.com/2011/06/etika-persaingan-dalam-islam.html>, diakses pada 14 November 2014.
- Rahmadani, Liana. “Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen”, dalam <http://liarahmadanii.blogspot.com/2013/10/proses-pengambilan-keputusan-konsumen.html>, diakses pada 03 Desember 2014.
- Rahmawaty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Setiawan, Deden. *Franchise Guide Series – Ritel*. Jakarta: Penerbit Dian Rakyat, 2007.
- Stanton, William, Yohanes Lamarto. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 1993.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta, 2012.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Jakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2001.
- Swastha, Basu, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta. 1997.
- Tim Penyusun Fakultas Syariah. *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi*. Surabaya: t.p., 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi , 2008.
- “Berbelanja”, dalam <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-1-01227-PS%20Bab2001.pdf>, diakses pada 13 Oktober 2014.