

DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an dan Terjemahannya*. 2005. Syamil Al Qur'an. Bandung: PT. Syaamil Cipta Media.
- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Agustine, Firda IPuri. 2011. *Bersiap Jadi Kiblat Fesyen Muslim Dunia*. (www.kompasiana.com, diakses 5 Maret 2014).
- Alif, Syifa Utrujjah. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuistas merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosnumen Pada Pakaian Musim Wanita merek Zoya di Bandung Indah Plaza*. Skripsi tidak diterbitkan. Bandung Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi revisi. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Andreani, Fransisca, Tan Lucy Taniaji, Ruth Natalia, dan Made Puspitasari. 2012. The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfaction as A Mediator in McDonald's. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, (Online), Vol 14, No. 1, (<http://cpanel.petra.ac.id>, diakses 15 juni 2014).
- Anistia, Nadhira. 2013. *Pengaruh Label halal dan citra merek terhadap qana'ah dan istiqomah mahasiswi universitas airlangga pada produk kosmetik wardah*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
- Anonim. *Format Laporan Training Calon Store Manager RAbbaNi ProfESsional courSE (RANPESSSE)*. Training and Development Section Human Capital Departement. Bandung: CV. Rabbani Asysa.
- _____. 2014. *Kiprah Busana Muslim*. (<http://www.femina.co.id>, di akses 10 Oktober 2014).
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aron, A dan L. Westbay. 1996. Dimensions of the Prototype of Love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70: pp. 535–551.

- Arslan, F. Muge and Oylum K. Altuna (2010). The Effect of Brand Extensions on Product Brand Image. *Journal of Product & Brand Management*, 19(3): Pp. 170-180.
- Aryudhani, Nindira. 2013. *Mengulik Potensi Kiblat Mode Muslim Dunia*. (<http://www.nabylastyle.com/>, diakses pada 10 Oktober 2014).
- Assael, Henry. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action. Sixth Edition*. Ohio: South-Western College Publishing.
- Bagir, Muhammad. 2009. *Pengaruh Ekuitas Merek Shafira Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Counter Outlet Shafira Cabang Buah Batu Bandung*. Skripsi tidak diterbitkan, Bandung Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung.
- Belk, R. 1988. Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15: pp. 139–168.
- Biel, A. L. 1992. How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research*, 32(6), Special edition, RC-6-RC-12.
- Chaerunnisa. 2011. *Fokus Sebagai Leader, Shafira Eksis 22 Tahun*. (www.lifestyle.okezone.com diakses 5 Maret 2014).
- Chaudhuri, Arjun. 1999. The Effects of Brand Attitudes and Brand Loyalty on Brand Performance, in *E - European Advances in Consumer Research Volume 4*, eds. Bernard Dubois, Tina M. Lowrey, and L. J. Shrum, Marc Vanhuele, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 276.
- Chi, Hsin Kuang, Huery Ren Yeh, and Ming Wei Huang. 2008. The Influences of Advertising Endorser, Brand Image, Brand Equity, Price Promotion, on Purchase Intention-The Mediating Effect of Advertising Endorser, (<http://www.jgbm.org/page/29%20Ming%20Wei%20Huang%20.pdf>, diakses 6 April 2014).
- Cronin, Joseph and Steven A. Taylor. 1992. Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension, *Journal of Marketing Research*, 29 (3): pp. 55-68.
- Drigotas, Stephen M dan Caryl E. Rusbult. 1992. Should I Stay or Should I Go? A Dependence Model of Breakups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62: pp. 62–87.

- Ewing, Peter and Olson. 1999. Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioural Intention. *Journal of Health Care Marketing*, Vol.4 No.9.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. 1995. *Consumer Behavior. Edisi 8*. Dryden Press.
- Fandos, C. and Flavian (2006). Intrinsic and Extrinsic Quality Attributes, Loyalty and Buying Intention: Annalysis for a PDO Product. *British food journal*, Vol. 108 (8): pp. 646-662.
- Faza, Amalia. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi dan Citra Merek Syariah Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bprs Mitra Harmoni Semarang*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Ferdinand, A.T. 2000. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Fuadi, Suud. 2008. *Ekonomi dan Bisnis Syariah*. (www.suud83.wordpress.com diakses pada 4 Februari 2014).
- Hariyanto, Ifan F. 2013. *JFW 2014: Pasar Dunia untuk Busana Muslim Indonesia*. (www.news.indonesiakreatif.net diakses 5 Maret 2014).
- Harumni, Tri Widya. 2010. *Pengaruh Brand Image Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Griya Margahayu Bandung*. Skripsi tidak diterbitkan. Bandung Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, (www.repository.widyatama.ac.id, diakses pada 15 juli 2014).
- Hawkins, Del I., Roger J. Best, and Kenneth A. Coney. 1992. *Consumer Behavior: Implication to Marketing Strategy. Sixth Edition*. Chicago: Richard D. Irwin, Inc.
- Shah, Syed Saad Hussain, Jabran Aziz, Ahsan raza Jaffari, Sidra Waris, Wasiq Ejaz, Maira Fatima dan Syed Kamran Sherazi. 2012. The Impact of Brands on Consumer Repurchase Intentions. *Asian Journal of Business Management*, 4 (2): pp. 105-110.
- Kartajaya, Hermawan dan Syakir Sula. 2006. *Pemasar Islam*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Keller, Kevin Lane. 2003. Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge. *Journal of Consumer Research* 29 (March) pp. 595-601.

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran-Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 1 dan 2. Edisi Millenium. Salemba Empat-prentice Hall.
- _____, and Kevin L, Keller. 2006. *Marketing Management*. Twelfth Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Terjemahan oleh Benyamin Molan. PT Indeks.
- Kurniawati, Dian. 2009. *Studi Tentang Sikap Terhadap Merek dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang (Kasus Pada Produk Mi Instan Indomie di Kota Semarang)*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Lamb, Charles W., Joseph F Hair. 2001. *Pemasaran Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lin, Yun-Tsan, Shui-Chuan Chen and Chuan-Sheng Hung. 2011. *The impacts of brand equity, brand attachment, product involvement and repurchase intention on bicycle users*. African Journal of Business Management, Vol.5 (14): pp. 5910-5919.
- Louis, Didier and Cindy Lombart. 2010. Impact of Brand Personality on Three Major Relational Consequences (Trust, Attachment, and Commitment to the Brand). *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 19 (2): pp. 114-130.
- Loudon, David and Albert J. Della Bitta. 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Applications* Vol 1. McGraw-Hill: New York.
- Lutz, Richard J. 1975. Changing Brand Attitudes Through Modification of Cognitive Structure. *Journal of Consumer Research*, Vol. 1 March.
- Meenaghan, Tony. 1995. The Role of Advertising in Brand Image Development. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 4 (4): pp. 23-34.
- Moediarso, Husnarilla Century. 2012. *Pengaruh Pengamalan Karakter Amanah Amil Terhadap Niat Memilih menjadi Donator Tetap Pada Dompot Dhuafa Jawa Timur*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

- Mutiara, Irna. 2014. *Trend Busana Muslim Indonesia di Mata Dunia*. (<http://media.shafira.com>, diakses pada 10 Oktober 2014).
- Oliver, Richard L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*. McGraw-Hill: New York.
- Park, C.W, B. J. Jaworski, dan D. J. MacInnis. 1986. Strategic Brand Concept Image Management. *Journal of marketing*, Vol. 50 (October): pp. 135-145.
- Peter, J. P. and Olson J. 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pujadi, Bambang. 2010. *Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek (Kasus Pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Rachmania, Indah, Nurlaily. 2013. *Pengaruh gaya hidup konsumen muslimah terhadap adopsi belanja online ada produk fashion*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
- Rahajeng, Dian Kartika. 2013. *Peran Bisnis Islami Menuju Keseimbangan Perkembangan Sosial: Studi Kasus Indonesia*, (www.ssrn.com, diakses pada 4 Februari 2014).
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. 2013. *Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi*, Vol.1 No.2: pp. 1-11.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti H. Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- _____, 2014. *Modul Manajemen Pemasaran Islam*. Surabaya: Departemen Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Ratri, Liutriara Eka. 2007. *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna*

Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang Universitas Diponegoro.

Rini, Citra Listya. 2014. *Desainer Indonesia Optimistis Jadi Kiblat Busana Muslim* (<http://www.republika.co.id/>, diakses 10 Oktober 2014).

Riyandi, Andi. 2011. *Analisis Perbandingan Brand Image Pengguna Produk Shafira dan Rabbani di Kota Bandung*. Skripsi tidak diterbitkan. Bandung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran.

Said, Syihabudin dan Ma'zumi. 2008. *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam*. Jakarta: Diadit Media.

Schiffman, Leon G and Leslie L. Kanuk. 2004. *Consumer Behavior. Eight Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Hamidy, Zainuddin, Fachruddin Hs, Nasharuddin Thaha, Johar Arifin, dan Rahman Zainuddin. 1992. *Shahih Bukhori*. Jakarta: Penerbit Widjaya.

Shapiro, Steward and H. Shanker Khrishnan. 2001. Memory-Based Measures for Assesing Advertising Effects: A Comparison of Explicit and Implicit Memory Effects. *Journal of Advertising*, Vol. 30, No.3, Fall.

Shihab, M. Quraish. 2010. *Tafsir Al-Mishbah : Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Volume 6. Jakarta: Lentera Hati.

Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I edisi. Jakarta: Erlangga.

_____, (2010) *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*. Mason, OH: South Western Cengage Learning.

Solomon, Michael R. 2009. *Consumen Behavior*. Pearson Prentice Hall.

Sondoh, Stephen L, Maznah Wan Omar, Nabsiah Abdul Wahid, Ishak Ismail dan Amran Harun. 2007. Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in The Context of Color Cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 12 (1): pp. 83–107.

Sucipto, Heri. 2014. *Melirik Wisata Syariah*. (<http://www.republika.co.id/>, diakses 10 Oktober 2014).

- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Tindakan Kelas Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Tamaka, Irvandy. 2013. Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Daihatsu di PT. Astra Internasional Daihatsu Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol.1 (3): pp. 1317-1328.
- Tariq, M. Irfan, Muhammad Rafay Nawaz, Muhammad Musarrat Nawaz, Hashim Awais Butt. 2013. Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Vol. 3 No.2: pp. 340-347.
- Thakur, Satendra and Dr. A. P Singh. 2012. Brand Image, Customer Satisfaction and Loyalty Intention: A Study in The Context of Cosmetic Product Among The People of Central India. *International Journal of Multidisciplinary Management Studies*, Vol.2 (5): pp. 2249-2284.
- Till and Baack. 2005. Recall and Persuasion. *Journal of Advertising*, Vol. 34 (4): Pp. 47-57.
- Van Lange, P.A.M., C.E. Rusbult, S.M. Drigotas, X.B. Arriaga, B.S. Witcher, dan C.L. Cox. 1997. Willingness to Sacrifice in Close Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72: pp. 1373-1396.
- Viandhy, Aditya Okta. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Ulang Menggunakan Produk Lain Melalui Kepercayaan Nasabah bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard di Surabaya*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
- Wibisono, Dermawan. 2000. *Riset Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Wijaya, Himan. 2014. *Consumers' Perception, Attitude and Repurchase Intention towards Private Label Staple Goods Products in Indonesia by Structural Equation Model-SEM*, Tesis tidak diterbitkan. Jakarta Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Atmajaya.

www.digilib.petra.ac.id

www.muslim.or.id

www.shafira.com

www.zoya.co.id

