

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2003. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Bandung : PT. Refika Aditama
- Aaker, David A., Kumar, George S. Day. 1998. Marketing research. 6th Edition. Canda : John Willey and Sons, Inc.
- Aguilika, Deykha. 2014. Pengaruh Citra Merek Produk Breadtalk Terhadap Sikap Konsumen Dan Niat Beli Ulang yang Dimoderasi Tingkat Pengetahuan Agama Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga. Skripsi tidak dipublikasikan. Surabaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Alwi, Hasan. 2007. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangan University Press
- Bungin, Muhammad Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. Dinamika Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Engel, F., James, R.D Blackwell, Paul, W, Miniard, 2001, Consumer Behavior, 8th edition, Dryden Press, Horcouth Brace College Publisher
- Fatchun. Hasyim. 2010. Model Perilaku Pembelian Konsumen Berdasarkan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Komunikasi Pemasaran Terpadu. (Studi Kasus Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Negeri Semarang 2009/2010). Jurnal teknis Vol. 6 No.1: 37-45
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis MultiVariate dengan Program SPSS IBM SPSS 19. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregorius, Chandra. 2002. Strategi dan Program pemasaran. Andi, Yogyakarta.
- Hanna, Nesim. dan Wozniak, Richard. 2001. Costumer Behavior an Applied Approach Frenrice Hall Inc.
- Hawkins, Del I, J Best, Roger, dan Coney, Kenneth A. 2001. Consumer Behavior : Building marketing Strategy. The Mcgraw-Hill Companies, Inc, New York.

- Hawkins, Kenneth A. Coney, Roger J. Best. 1995. *Implication for Marketing Strategy Six Edition*. USA : Irwin, Inc.
- Hayati, Asfarina. 2014. *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Muslim Memilih Hotel Syariah Grand Kalimas Surabaya*. Skripsi tidak dipublikasikan. Surabaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Indonesian Netizen Survey. 2013. Diunduh dari <http://www.themarketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html> diakses tanggal 15 Juli 2014
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta:BPFE
- Irawan & Faried Wijaya M, 1996, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Erlangga Jakarta
- Kasali, Rhenald. 2009. *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targetting dan Positioning*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. L. 2003. *Strategic Brand Management*. Second Edition. USA : Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1. Terjemahan oleh Benyamin Molan. 2006. Jakarta : Indeks.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Raya Grafindo Persada.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Neal, Cathy M., Quester, dan Hawkins. 2002. *Consumer Behavior : Implications for Marketing Strategy*, 2nd ed. McGraw-Hill.
- Nugraheni, P. N. A. 2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*. Skripsi tidak diterbitkan.
- Peter, J Paul and Jerry C. Olson, 2005, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 7th edition, New York: McGraw Hill
- Prajasari, Anniza Citra. 2014. *Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Niat Beli Melalui Sikap yang Dimoderasi Oleh Tingkat Pengetahuan Agama Konsumen Muslim Pada Mobil Lexus Di Surabaya*. Skripsi tidak

- dipublikasikan. Surabaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik. Bogor: Ghalia Indonesia. PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Rachmania, Indah Nurlaily. 2013. Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslimah Terhadap Adopsi Belanja Online Pada Produk Fashion. Skripsi tidak dipublikasikan. Surabaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Rogers, Everett. 1995. Diffusion of Innovations. New York: Free Press.
- Said, Syihabudin dan Ma'zumi. 2008. Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam. Jakarta : Diadit media.
- Sari, Dhanty V.P. 2012. Pengaruh Perilaku islami Pemasar terhadap Kepercayaan dan Istiqomah yang dimoderasi oleh Tingkat pengetahuan Agama nasabah pada BRI Syariah di Surabaya. Skripsi Diterbitkan. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Shihab, M. Quraish. Tafsir al-Mishbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian al-*Qur'an*. Jakarta; Lentera Hati. 2003
- Shimp, Terance A. 2004. Periklanan dan promosi aspek tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Erlangga, Jakarta.
- Soemanegara. 2008. Strategic marketing Communication (Konsep Strategi dan Terapan). Bandung : Alfabeta
- Solimun. 2005. Stucture Equation Modeling (SEM). Lisrel & Amos. Cetakan kesatu. Fakultas MIPA Universitas Brawijaya Malang.
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. Statistik Nonparametris. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : Rosda.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Bayu Media Publishing. Malang.

- Wei R. 2006. „Lifestyle and new media : Adoption and Use of Wireless Communication Technologies in China’, *New Media and Society* 8(6) : pp. 991-1008.
- Wigati, Sri. 2011. Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah*, (Online), Vol 1, No.1, (<http://portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=88351>, diakses 15 Maret 2014).
- Yuliana, Rizka Twien. 2013. Pengaruh Tingkat Religiusitas Konsumen, Jenis Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Sikap Atas Iklan Produk Kosmetik Halal Pada Mahasiswi Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga. Skripsi tidak dipublikasikan. Surabaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.



# LAMPIRAN



## Lampiran 1

### **Kuesioner Penelitian**

