

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga
- A.M, Morrisan. 2010. *Periklanan komunikasi terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana
- Aaker David A., Douglas M Stayman,1992, “*Measuring Audience Perceptions of Commercials and Relating Them to Ad Impact*”, *Journal od advertising Research*, 30,4,7-17.q
- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity: capitalizing on the value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Adisaputra, Najid Bangun dan susanty, Aries. 2014. *Pengaruh Brand image speedy Telkom terhadap loyalitas pelanggan di kecamatan banyumanik semarang* :Universitas Diponegoro.
- Agnes Ligia Prastitia Walukow, Lisbeth Mananeke, Jantje sepang., (2014),” pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi, terhadap keputusan pembelian konsumen di bentenan center sonder minahasa”. *JURNAL EMBA: JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI* Vol.2 No.3
- Allison, R. I. and K. P. Uhl. 1964. *Influence of beer brand identification on taste perception. Journal of Marketing Research*. 1.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan kelima. CV Alfabeta. Bandung.
- Andi M. Sadat.2009.*Brand Belief:strategi membangun merek berbasis keyakinan* .Salemba Empat:Jakarta
- Cahyani, Khoriyah Indra dan Sutrasnawati, Rr Endang. 2016. *Pengaruh Brand Awareness, Brand image*, terhadap keputusan pembelian. VOL 5 NO 4 (2016): *MANAGEMENT ANALYSIS JOURNAL*
Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Durianto 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto, D. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D. Sugiarto & Sitinjak T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam (2009). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Ghozali, Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hartimbul Ginting, Nembah F, (2011). *Manajemen pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Kahle, Lynn R and Chung Hyun Kim. *Creating Image and Psychology Of Marketing Communication*. New Jersey: LEA, 2006.
- Kompasiana (2019, April 11), *Data Penjualan Busana Muslim Indonesia*, Kompasiana.com, 1
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2012). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14 jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14 jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13.
- Kotler, Philip dan Kevin, Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid 1 dan 2. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, PT Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Mega Agustina (2018).” Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Baju Muslim Elzatta Ponorogo City Center” Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Nandiroh, N. (2013). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya. *Economica: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat*, 2(1), 28-32.
- Rafidah, Bambang Kurniawan, Khalida Zia., (2016),” Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi”. *Innovatio*, Vol. XVI, No. 2.
- Rao, Purba. 2006. *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*”. *The Asian Manager*
- S.O. Umboh., A Tumbel., D. Soepeno, (2015), “Analisis Kualitas Produk, Brand Image, Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian wanita di Mississippi Manado Town Square”. *Jurnal EMBA 1096 Vol.3 No.1.*
- Sani dan Mashuri. 2010. *Metodologi riset manajemen Sumber daya Manusia*. Malang : UIN Press
- Sani, Ahmad. Maharani, Vivin. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press.
- Setiadi, N.J (2003) *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey,
- Suciningtyas, W. 2012. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*. 1(1)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia

Tira Santia, (2020, Mei 4), *Indonesia Jadi Negara Fesyen Muslim Terbaik Ketiga Dunia*, Liputan6, 2

Uma Sekaran, 2006. Metode Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat. Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.

Utami, Christiana Widia. 2010. Manajemen Ritel. Jakarta: Salemba Empat

Y. P. A. Rianto., (2017), "Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Merek Anyway Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Jurnal pendidikan dan ekonomi Vol 7, No 2

<http://infopublik.id/kategori/sorot-ekonomi-bisnis/405945/kemenperin-dorong-industri-tangkap-peluang-pasar-fesyen-muslim-dunia?show=> diakses pada tanggal 21 November 2019

<https://elzatta.com/pages/tentang-kami> diakses pada tanggal 23 November 2019

