

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, Imam. (1995). Teosofia Al-Qur'an. Surabaya: Risalah Gusti
- Arafah, Willy. (2010). Analisis Antiseden Dari Sensitifitas Harga Produk Sepatu di Jakarta. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3, 56-80.
- Aribowo, D.P.J. Nugroho, M.A. (2013). Pengaruh Trust Dan Perceived Of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Nominal*, 2(1), 11-35
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Choubtarash, Neshat., Mahdieh, Omid., Marnani, Ahmad Barati. (2013). The study of the relationship between consumer involvement and purchase decision (Case study: Cell phone). *Journal of contemporary research in business*, 4(12), 276-296
- Diana, Ilfi Nur. (2012). *Hadist-Hadist Ekonomi*. Malang: UIN Press
- Effendi, Sofian. Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S
- Elok, Prisca. (2012). Pengaruh Tingkat Keterlibatan Konsumen Dalam Memilih Hotel Melalui Internet Marketing (studi pada hotel sahid Montana - Malang). *Skripsi*(tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Engel, James F., Blackwell RD, Miniard PW. 1992. *Perilaku Konsumen*. Terjemah oleh F.X Budiarto. (1992). Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghafelebashi, S; Asadollahi, A, Nikfar, F. (2011), Acquaintance with all types of involvement in consumer behavior, *Journal of contemporary research in business* 3, 493-506.
- Gyulavári, T., Dörnyei, K. (2012) Antecedents of Loyalty for Food Products – Investigating The Effects of Subjective Constructs. *Journal of Economics and Business Research*, 18(2), 43-58.
- Ikrama, Gilang. (2014). Strategi Marketing Public Relation (MPR) PT Citilink Indonesia dalam Membangun Pengetahuan Produk (Product Knowledge) untuk Calon Konsumen. *Skripsi* (dipublikasikan). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jendral Soedirman.
- Kotler, P. Keller, K.L. 2009. *Marketing Manajemen*, 13 ed, New Jersey, Pearson Education. Terjemah oleh Bob Sabran. (2009). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kotler, P. Amstrong, Gerry. (2003). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Terjemah oleh Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prehalindo
- Ladjar, Angelina. Merliana. (Februari 2015). Konsumen Indonesia Masih Sebatas Objek. *Majalah Marketing*, 2, 120-121.
- Michaelidou, Nina. Dibb, Sally. (2008). Consumer Involvement: a new perspective. *Marketing Review*, 8(1), 83-99.
- Mowen, JC., Minor, M. (2002). *Consumer Behavior*, Harcourt College Publisher.
- Salim, Lina (Penerjemah 2001), *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Asep. Sumarwan, Ujang. Hartoyo. Maulana, Agus. (2013). Model Perilaku Pembelian Pakaian Kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 14(1). 16-19
- Peter, J. Paul. Olson, Jerry. C. (1996). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*, Richard D, Irwin. Sihombing, Damos (Penerjemah). (1999), *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 4. Jakarta: Erlangga
- Pranita, Andina Jathu. (2013). Pengaruh Kinerja Produk, Tingkat Kepuasan dan Tingkat Keterlibatan pada Perilaku Perpindahan Merek (Brand Switching) (Studi pada Pengguna Kartu Seluler). *Tesis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Rasjid, Sulaiman. (1995). *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Savitrie, Dian. (2008). Pola perilaku pembelian produk *fashion* pada konsumen wanita : sebuah studi kualitatif pada Mahasiswi FEUI dan pengunjung Butik N.y.l.a. *skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sianturi, Kris.R.N. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Citra Wisata Medan. Article.
- Sugiyono, (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suharyadi. K, Purwanto.S. (2011). *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Syafi'ie, Rachmat. (2000). *Al-Hadist Aqidah, Akhlaq, Sosial, dan Hukum*.
- Utami, Christina. Widya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat

Yoan, Kartika. (2013). Analisis Keterlibatan Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Parfum. *Skripsi* (dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yu-Jia Hu. (2012). Explore Significant Faktors To Affect Customer Involvement. *Journal of Social Sciences*, 8(4), 485-489.

Zaichkowsky, J.L., (1985). Measuring The Involvement Construct. *Jurnal of Consumer Research* 12, 341-352

[www.kotaaraya.com](http://www.kotaaraya.com) diakses 29 Maret 2015