

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Andrianto dan M. Anang Firmansyah, 2019, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya:CV. Penerbit Qiara Media)

Ardianto, Eka, 2010, *Mengelola Aktiva Merek: Sebuah Pendekatan Strategis* (Jakarta: RinekaCipta)

Arikunto, 2010 "*Prosedur Penelitian dari Suatu Pendekatan Praktik*", (Jakarta : Rineka Cipta)

Asep Hermawan,2005, *Penelitian Bisnis Metode Kuantitatif*, (Jakarta : PT Grasindo)

D. Aaker, 2014, *Building Strong Brands*, (Ahlni Bahasa Baderi, Trans), (Jakarta:Bumi Aksara)

Danang Sunyoto, 2012, *Validitas dan Reabilitas Dilengkapi Analisis Data Salam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta : Nuha Medika)

Djali, 2013, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta:Bumi Aksara)

Imam Ghozali, 2005, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*", (Semarang : Undip)

Ismail, 2011, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group)

Kasmir, 2014, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT.Grafindo Persada)

Kasmir, 2014, *Pemasaran Bank :Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)

Keller, Kevin Lane,2013, *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity 4<sup>th</sup> Edition*, (USA, Pearson Education)

M. Anang Firmansyah, 2019, *Pemasaran Produk Dan Merek*

*(Planning & Strategy)*, (Semarang:Qiara Media)

Margono,2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, ( Jakarta: Rineka Cipta)

Morissan, 2010, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana)

Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*

Muhammad Isa,2018, *Manajemen Pemasaran Bank Diktat* (IAIN Padangsidimpuan)

Nazir, 2005, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia)

Putro Eko, 2005, "*Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*", (Yogyakarta : Pustaka Pelajar)

Rama Kertamukti, 2015, *strategi Kreatif dalam Periklanan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada)

Saban Echdar, 2017, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*,(Bogor.Ghalia Indonesia)

Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*,( Bandung : Transito)

Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta)

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta)

Sugiyono, 2010, *Statistik Untuk Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta)

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, ( Bandung : Alfabeta)

Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, CV)

Sutisna, 2012, *Prilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya,)

Tatik Suryani, 2013, *perilaku konsumen di era internet*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)

Tatik Suryani, 2017, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, (Jakarta: Prenamedia Group)

Terence A Shimp, 2014, *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Edisi 8 (Jakarta:Salemba Empat).

V.Wiratna Sujarweni,2015, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press)

Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an Revisi, 2014, Departemen Agama RI, 2014, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Penerjemah: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, (Jakarta: Sahifa).

## JURNAL

Afri Dary Anandita, H. Rusdan, Baiq Handayani Rinuastuti, 2019,“*pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal specs di lingkungan karang taruna mataram*”. *Jurnal* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unram, Vol. 19 No. 2 September.

Anas Aditya Wicaksono, 2018,“*pengaruh brand awareness, brand image, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil wuling*”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vo. 7 No. 7, Juli.

Chairiawaty. 2012, *Branding Idenity Sebuah Tinjauan mengenai Etika Bisnis Islam*. (*Jurnal IlmuKomunikasi*, Vol 2 No 2.)

Hanandra Wijaya. 2016,“*pengaruh brand awareness Terhadap keputusan pembelian cat merek avian pada PT. Tirta Kencana Tata Warna di Pontianak*”, *Jurnal Manejemen*, Vol. 1 No. 4, Agustus .

Khoiriyah Indra Cahyani dan Rr. Endang Sutrasmawati. 2016,

*“pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian”*, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi, Vol. 5 No. 4.

Leonard Marcell, 2019. *“analisis pengaruh brand image, brand awareness, corporate social responsibility dan segmentasi pasar pt. xyz terhadap keputusan pembelian”*. jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan/volume 3/no.2/maret .

Mahdaleva M, Ade Sofyan M, 2017, *“Pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok”* Jurnal Ekonomi Islam, Vo. 8 No. 1 Januari-Juni.

Melynda Dyah Kurnyawati Srikandi Kumadji Edy Yulianto, 2014, *“pengaruh iklan terhadap brand awareness dan dampaknya terhadap keputusan pembelian (studi pada mahasiswa fakultas ilmu administrasi (fia) jurusan administrasi bisnis universitas brawijaya angkatan 2012-2013 yang menggunakan produk sabun mandi merek lifebuoy”*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 16 No. 1 November.

Muhammad. Zuhirsyan. Et al, 2020, *“pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk BNI Syariah Medan”*, Jurnal Bilal ( Bisnis Ekonomi Halal), Vol. 1, No. 1 (Juni )

Ngakan Putu Surya Adi Dharma dan I Putu Gde Sukaatmadja, 2015, *“Pengaruh citra merek, kesadaran merek, dan kualitas produk terhadap keputusan membeli produk Apple”* Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4 No. 10.

Pagsi Surya Perbanga, Skripsi: 2013, *“Analisis Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi Kasus Pada Produk Vitazone)”*, (Semarang: Universitas Diponegoro)

Setiawaty Nuralamy, Farida Jasfar, 2015, *Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Minat Pembelian Konsumen*, Jurnal I Manajemen Umum Trisakti Vol 2 No 1.

Sidharta Et Al,2018, “Purchase Intention Pada Produk Bank Syariah Ditinjau Dari *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi”*Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume.8 No.3 Oktober, ISSN:20881231,EISSN:24605328,DOI:dx.doi.org/10.22441/mix.2018.v8i3.007.

Tri Astuti, 2013, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*, (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta)

Widodo Tri, 2015, Skripsi: *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie*, (Surakarta : Universitas Muhammadiyah)

Wulan Suciningtyas, 2012, *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image , dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian*, *Manejemen Analysis Journal* vol. 1, 2012

#### INTERNET

Anwar Hidayat, “*Penjelasan Berbagai Jenis Uji Validitas dan Cara Hitung*”, diakses dari [www.statistikan.com](http://www.statistikan.com), pada Desember 2020.