

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 59–68. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.666>
- Abdurachman (2022), Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan, (Jakarta : One Peach Media), hlm 40
- Arumsari, Dheany (2012), Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)” (Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis - Universitas Diponegoro Semarang), hlm. 47-50
- Arifin, Johar (2017), SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi, (Jakarta: Elex Media Komputindo), hlm. 145.
- Assauri, Sofyan (2013), *Menejemen Pemasaran: Konsep, dasar dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers) hlm. 12
- A Aptaguna dan Pitaloka(2016), “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”, Widyakala Vol. 3 hlm 52
- Basu, Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm 185
- Ce Gunawan (2012), Mahir Menguasai SPSS, (Yogyakarta: CV. Budi Utama), Cet. 1, hlm. 52
- Darma, Budi (2021), Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Bogor: GUEPEDIA, 2021). hlm. 41
- Darwin, Muhammad (2021), Metode Penelitian Kuantitatif, ed. oleh Toman Sony Tambunan (Bandung: Media Sains Indonesia). hlm. 106.
- Duli,Nikolaus (2019), Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi& Analisis Data dengan SPSS (Yogyakarta: Deepublish). hlm. 120.
- Evra Willya, dkk (2018) Senarai Penelitian : Islam Kontemporer Tinjauan Multi Kultural. (Yogyakarta: DEEPUBLISH (CV Budi Utama). hlm. 3 Diakses

dari <https://books.google.co.id> pada tanggal 17 Desember 2023, pukul 17.19

Firmansyah, M.Anang (2018), *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish). hlm 51.

Fandy, Tjiptono (2008) , *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta. Andi.

Haroen, Dewi, (2014) *Personal Branding Kunci Kesuksesan anda berkiprah didunia politik*, (Jakarta: Gramedia), hlm. 13

Handani, Rizky Prasetya dan Fudianto (2019), (Jakarta : One Peach Media). hlm. 54. Diakses dari <https://books.google.co.id> pada tanggal 17 Desember 2023, pukul 20.00

Helmi, Syafrizal dan Muslich Lutfi (2014), *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan: USU Press), hlm. 89.

Hasan, Ali (2013), *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, (Yogyakarta: CAPS), hal. 1173

J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behaviour and Marketing Strategy* 6th (New York The McGraw-Hill Companies Inch, 2002), hlm. 447.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid Satu*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 345.

Kartajaya, Hermawan & dan Syakir Sula (2006), *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka), hlm. 67.

Kumba, Digdowniseiso (2017), *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: LPUUNAS.), hlm. 68.

Kurniawan, Albert (2009), *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*, (Yogyakarta: Mediakom), hlm. 26.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2006), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12 Jilid 2, Alih Bahasa: Bob Sabran (Jakarta: Penerbit Erlangga), hlm. 204

Kotler, Philip dan Keller (2008), *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*, Terj. Bob Sabra. (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm.127

Kotler,Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*, Terj. Bob Sabra..., hlm. 224

Limanto, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HSWGRAIL.ID. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(1), 57–66.

- McNally, D., & Speak, K. D. (2012). *Be Your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Maro`ah, Siti& dkk (2018), *Marketing Syariah*,(Surabaya: Qiara Media), hlm143
- Montoya, Peter (2009), *The Brand Called You*. USA: McGraw Hill.
- Martono, Nanang (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm. 74
- Marissa, Haque-Fawzi (2021), *Strategi Pemasaran*, hlm 208
- Philip Kotler, Philip& Kevin Line Keller (2012), *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga) hlm 501
- Piri,Grace Veronica, Lisbeth Mananeke, dan Imelda Ogi (2021), *Analysis Of Factors Affecting Consumer Purchase Interest In Samsung Galaxy A Smartphone At Chikal Celular Sukur, Airmadidi, Jurnal EMBA, Vol 9.No 1*, hlm. 746-753.
- Purwantinah, Aris (2021), *Pengelolaan Bisnis Ritel*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana indonesia) hal. 232
- Rampersad. Hubert K. (2008). *Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM Publishing
- Retnowulan (2017) . *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi*. Cakrawala, VOL. XVII, No. 2
- Radjab, Enny dan Andi Jam'an, (2017),*Metodologi Penelitian Bisnis* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhamadiyah Makassar). hlm. 127.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan (2019), *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Di Bidang Manajemen, Teknik dan Pendidikan...*, hlm. 139.
- Rose, Tipri & Fifi Nofiyanti (2021), *Brand Image of interest In buying current coffee consumers in Jakarta*, Jurnal Literatus, Vol.2, No.1, hal. 43
- Tjiptono, Fandy (2018), *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (Bogor: IPB Press), hlm. 121
- Utami, Indah Wahyu (2017), *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*, (Surakarta: CV Pustaka Bengawan), hlm. 44.
- Sarwo Edi, Fandi Rosi (2016), *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, (Yogyakarta: Leutika Prio, 2016), hlm. 142.

- Silalahi, Ulber (2017), *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*, ed. oleh Nurul Falah Atif (Bandung: PT Refika Aditama). hlm. 471
- Sinambela, Lijan Poltak (2014), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014). hlm. 208. .
- Suparwo, A., & Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di Lazada. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 446. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13380>
- Suprimansyah, Reza dan Yusuf, Ramayani (2023). Pengaruh Personal Branding terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada followers Social Media YouTube @GadgetIn). *Jurnal Sosio dan Humaniora (SOMA)*. hlm 85-92
- Stevani&Widayatmoko (2017), Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding, *Jurnal Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara*, Vol. 9, No. 1, hlm. 65-73.
- Sunyoto, Danang (2021) *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS/ Center of Academic Publishing Service), hlm 154
- Sugiyono (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Alfabeta: Bandung), hlm 64
- Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 58.
- Sujarweni, V. Wiratna (2014), *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press), hlm. 87.
- Sugiarto, Dergibson Siagian (2006), *Metode Statistika*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 259.
- Syamsul, Hadi (2006), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ekonisia), hlm.
- Swastha, Basu (1999), *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty), hlm. 147.
- Umar, Husein (2003), *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), hlm.93
- Veithzal, Rivai Veithzal (2014), *Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam*, (Yogyakarta, BPFE), hlm. 380
- Wahyudi , Agus (2022), *Manajemen Pemasaran Program Studi Manajemen FEB UNMAS Denpasar*, (Bandung: CV Noah Aletheia, 1386). hlm. 37
- Wijayanti, Ratna& Noviansyah Rizal (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Lumajang: Widya Gama Press). hlm. 54.

- Wibowo, Sukarno & dkk (2013), *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia,) hlm. 221.
- Yasin, M. (2013). *Strategi Membangun Personal Branding melalui Media Sosial* (Skripsi). Universitas Muhammadiyah, Malang
- Yuliarti, Reszynia (2020) *Pengaruh Personal Branding Food Enthusiast Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @AGAKENYANG Terhadap Minat Konsumen Kuliner*, Vol 19, No. 01, hlm 15
- Yusuf, A Muri (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana).hlm. 103.
- Zainal,Veithzal Rivai& dkk (2016), *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara), hlm. 485.