

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, A. (2007). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ahman, E., & Rohmana, Y. (2009). *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- As'ad, M. H., & Aji, J. M. (2020). Faktor yang mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern di Bondowoso. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 182-199.
- Assael, H. (2007). *Consumer Behavior & Marketing Action* (4th ed.). New York: Kent Publishing Company.
- Balqiah, T. E., & Setyowardhani, H. (2014). *Pemahaman Konsep dan Studi Perilaku Konsumen dalam Pengembangan Strategi Pemasaran*.
- Balqiah, T. E., & Setyowardhani, H. (2014). *Pemahaman Konsep dan Studi Perilaku Konsumen dalam Pengembangan Strategi Pemasaran*.
- C. Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Chovanova, H., Aleksander I. K., & Dagmar B. (2015). Impact of Brand on Consumer Behavior. *Procedia Economics and Finance*, 615-621.
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology* (Vol. 13). MIS Quarterly.
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic*, 15-24.
- Foster, A. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran 7e* (2 ed.). (A. Sindoro, Trans.) Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 37-43.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 37-43.

- Hidayah, N., & Wibowo, P. A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locuk of Controk, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal, III*, 1025-1039.
- Kamajaya, D. H., & Seminari, N. K. (2016). Peran Lingkungan Sosial, Ekuitas Merek dan Gengsi terhadap Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud, 5*, 6401-6428.
- Kaur, A., & Malik, G. (2015, February). A Study of Consumers' Preferences in Choosing International Apparel Brand in Delhi. *Pacific Business Review International, 7*(8), 25-32.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mullins, J., & Walker, O. (2010). *Marketing Management : A Strategic Decision-Making* (Seven Edition ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Nicholson, W. (1995). *Microeconomic Theory Basic Principles and Extentions* (6th ed.). USA: Harcourt Brace College Publisher.
- Nurhadi, I. (2004, Maret). *Preferensi Masyarakat dalam Memilih Perumahan Perkotaan di Kota Tangerang (Studi Kasus : Perumahan Banjar Wijaya, Poris Indah, dan Perumnas IV)*. Retrieved November 10, 2020, from Institutional Repository Diponegoro University: <http://eprints.undip.ac.id/11453/1/2004MTPK2894.pdf>
- Poerwadaminta. (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (III ed.). Jakarta: Balai Pustaka.
- Poh K. Tee, e. a. (2015, August 22). Purchase Intention of International Branded Clothes Fashion among Younger's in Jakarta. *International Journal of Business and Social Research, 5*(8), 8-17.
- Preferensi*. (n.d.). Retrieved 10 11, 2020, from Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online: <https://kbbi.web.id/preferensi>
- Purba, J. (2002). *Pengelolaan Lingkungan Sosial*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Rhardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)* (3th ed.). Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Ritonga, I. (2009). *Perencanaan dan Penganggaran Keuangan Daerah di Indonesia*. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana UGM.
- Rosita, N. W., Isharijadi, & Murwani, J. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Jasa yang Terdaftar di BEI*. Madiun: Universitas PGRI Madiun.
- Sari, N. P. (2019, Juli). *Pengaruh Uang Saku terhadap Pola Konsumsi*. Retrieved November 10, 2020, from Repository IAIN Bengkulu: <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3611/1/NONI%20PURNAMA%20SARI.pdf>
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Prenada Media Grup (Kencana).
- Shahrokh, Z. D., & Azodi, A. D. (2013). The Effect of Country of Origin Image on Brand Equity and Purchase Intention. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 52-61.
- Sreejesh, S. (2015). Consumers' Perceived Brand Aspiration and Its Impact on Intention to Pay Price Premium: Moderating Role of Brand Jealousy. *Journal Theoretical Economics Letters*, 273-284.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2001). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sudomo, S. (2014). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Kabupaten Bantul. *Jurnal JBMA*, 33-48.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Verina, E., Yulianto, E., & Latief, W. A. (2014, May). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10, 1-10.
- Wahyudi, J. (2010, Juni). *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Produk Simpanan Wadi'ah di BMT NU Sejahtera Semarang*. Retrieved November 10, 2020, from Walisongo Institutional Repository: [http://eprints.walisongo.ac.id/3091/1/2105146\\_Coverdll.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/3091/1/2105146_Coverdll.pdf)
- Wenas, T. T. (2017). Perbedaan Brand Preference Konsumen pada Produk Merek Lokal dengan Produk Merek Global. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 679-687.

- Wibisono, Y. H. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian dengan Perilaku Niat sebagai Variabel Intervening pada Situs Kaskus. *Artikel Ilmiah*, 1-8.
- Wibowo, E. (2004). *Hukum dan Kebijakan Publik*. Yogyakarta: YPAPI.
- Yusof, J. M., Singh, G. K., & Razak, R. A. (2013). Purchase Intention of Environment-Friendly Automobile. *Journal Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 400-410.
- Zareei, A., & Ashtiani, P. (2015). Consumer Perception of Global and Lokal Brands. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life an Open Access*, 5, 4247-4255.
- Zikmund, W. (1997). *Business Research Methods* (5th ed.). Orlando: The Dryden Press.

