

Daftar Pustaka

- Ali Hasan, Penerbit PT. Buku Seru Jakarta, *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*, Jakarta, 2013
- Andy Faisal Achmad (2012). *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik Di Semarang*. Diunduh pada tanggal 21/10/2016.
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta.
- Dian Puspitarini(2011). *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi Pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta)*.Diunduh pada tanggal 03/11/2016.
- Dr. Eta Mamang Sangadji, M.Si & Dr. Sopiah, M.Pd, Penerbit Andi Offset, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, 2013.
- Dr. Nugroho J. setiadi, S.E.,M.M. perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif,tujuan,dan keinginan konsumen. Kencana.prenada media grup. 2003
- Firda Amalia (2011). *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M – 150 Di Semarang*. Diunduh pada tanggal 03/11/2016.
- Iffah Roisatul, Ummah dan Tri Sudarwanto., S.Pd, M.S.M (2014). *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Ilbab Pashmina Pada Anggota Hijabers Community Di Lamongan*. Diunduh pada tanggal 21/10/2016.

- J. Supranto, Penerbit Erlangga, *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi Ketujuh Jilid 2, Jakarta.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Ed.12. jilid1*. Jakarta:Indeks.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid1*. Jakarta: Erlangga.
- Kustin Nur Iftidah (2015). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial Dan Pribadi Dalam Keputusan Pembelian Produk Hijab Rabbani Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unp Kediri*. Diunduh pada tanggal 21/10/2016.
- Leon Schiffman – Leslie Lazar Kanuk, Penerbit Indeks, *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, Jakarta Timur, 2004
- Lusiana Andriani(2014). *Peranan media terhadap imitasi budaya pop berhijab (studi kasus pada muslimah dikota medan)*. Diunduh pada tanggal 21/10/2016.
- Prof. Dr. J. Supranto, MA., APU dan Dr. H. Nandan Limakrisna, Ir., MM., CQM, Penerbit Mitra Wacana Media, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Edisi 2, 2011
- Riskiyana Ulfa, Deasy Wulandari, N. Ari Subagi (2014). *Pengaruh Hijabers Community Terhadap Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian Hijab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember*. Diunduh pada tanggal 21/10/2016.
- Setiadi Nugroho, Penerbit Kencana, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta, 2000

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku konsumen : implikasi pada strategi pemasaran* ,
Yogyakarta : Graha Ilmu.

Susi Kurniawati(2014). *Popularitas jilbab selebritis di kalangan mahasiswi (studi
pada mahasiswi fakultas ekonomi universitas muhammadiyah
yogyakarta)*.Diunduh pada tanggal 21/10/2016.

Taruna Budiono (2013). *Pemakaian trend fashion berjilbab ala hijabers oleh
wanita muslimah berhijab*.Diunduh pada tanggal 21/10/2016.

<https://buletin.muslim.or.id/akhlaq/kewajiban-berhijab-syari-bagi-muslimah>

