

## DAFTAR LITERATUR

Yahya Fathur. (2020). Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar di Dunia. *Ibtimes.id*.

Wahid. 2020. Indonesia 2020: Generasi Millennial Kelas Menengah Kota. *Marketing.co.id*

TOP BRAND AWARD. 2020. *TOP BRAND INDEX*. Indonesia

Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab "Zoya". *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), 302-319.

Imroatul Khasanah. 2015. <https://quran.kemenag.go.id/sura/33>Dea Murty

Murty, D., & Khasanah, I. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ML di Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Kotler dan Keller, K. (2009). Manajemen pemasaran. *Jilid I. Edisi ke, 13*.

Kotler dan Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Tribun Jabar Website. (2017). Jabar Tribunnews. [Online].  
<http://jabar.tribunnews.com> [09 Januari 2018]

Tjandra, E. A., & Tjandra, S. R. (2013). Hubungan Antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet. *Jurnal Manajemen*, 17(01), 42-52.

Kasali (2003) *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targetting, Positioning*.

AKBAR, A. S. (2014). *PENGARUH KESADARAN MEREK, PREFERENSI MEREK, LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI SAMARTPHONE MEREK HTC DI SURABAYA* (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Adiputra, E. (2017). Pengaruh bauran pemasaran terhadap preferensi merek Rei dan Eiger di Kota Bandung.

MARDIANA, F. *PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP PREFERENSI MEREK*.

Setyaningsih, D. K. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP HEDONIS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB RABBANI* (Studi pada Santriwati Pondok Pesantren Ma'had Mambaul

Qur'an Munggang Bawah di Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 311-318.

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).

YUDHA, M. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ZOYA FASHION DI BANDAR LAMPUNG* (Doctoral dissertation, IBI DARMAJAYA).

Rizaldi, M. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Di Kalangan Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2).

NUFUS, H. (2017). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

RISKI. K (2019) *Pengaruh harga, citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu paket data internet telkomsel di kota metro studi pada Mahasiswa UMM (UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO)*