

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, N. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Makassar Sulawesi Selatan. *Jurnal Economix* , 71-78.
- Ari Setiyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Arianto, N. (2017). Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifeboy (Studi Kasus Pada Warga Depok-Jawa Barat). *Jurnal Liquidity*, 72-80.
- Armstrong, K. &. (2016). *Principles of Marketing*. England: Pearson.
- Baqiroh, N. F. (2018, April 19). *bisnis.com*. Retrieved April 8, 2019, from [bisnis.com: https://ekonomi.bisnis.com/read/20180419/12/786293/kemenperin-targetkan-ekspor-busana-muslim-naik-10-tahun-ini](https://ekonomi.bisnis.com/read/20180419/12/786293/kemenperin-targetkan-ekspor-busana-muslim-naik-10-tahun-ini)
- Christiyaningsih. (2018, august 23). *republika*. Dipetik february 25, 2019, dari [republika: https://www.republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/18/08/23/pdwwag374-hijab-indonesia-yang-makin-dilirik-dunia](https://www.republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/18/08/23/pdwwag374-hijab-indonesia-yang-makin-dilirik-dunia)
- Fatmawati, S. (2018). Pengaruh Iklan Model AIDA (attention, interest, desire, action) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fisip Uniska Mab.
- ferdinand, a. (2011). *metode penelitian manajemen edisi 3*. semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- ghozali, i. (2013). *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 21*. semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling (SEM) Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- ghozali, i. (2016). *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 23*. semarang: badan penerbit universitas diponegoro.

- ghozali, i. (2016). *aplikasi analisis multivariete dengan program ibm spss 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, S. (2017, March 04). *netralnews*. Retrieved April 10, 2019, from netralnews: <http://www.netralnews.com/news/ekonomi/read/59571/ekspor-busana-muslim-indonesia-us-4-57-miliar-di-2016>
- juliansyah, n. (2014). *analisis data penelitian ekonomi & manajemen*. jakarta: pt gramedia.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kusumadewi, R. (2015). Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio Radio Radika 100,3 Fm Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 102-122.
- Noor, J. (2014). *analisa data penelitian ekonomi dan manajemen*. jakarta: kompas gramedia.
- Pryanka, A. (2019, January 03). *republika*. Retrieved April 10, 2019, from republika: <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/19/01/03/pkr37u370-kategorisasi-tantangan-kembangkan-industri-fashion-muslim>
- Rafsanjani, S. M. (2016). Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartfren di Kota Banda Aceh.
- Rofiq, A. (2013). Pengaruh Penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012).
- Sandra Moriarty, N. M. (2011). *Advertising*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Shofian, F. (2015). Efektivitas Metode attention, interest, desire, action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pt. Djarum (Djarum Super).
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik : Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing plan*. Bogor: IPB Press.
- sunyoto, d. (2013). *teori, kuesioner, dan analisis data*. yogyakarta: graha ilmu.

Syarifudin, A. J. (2014). Pengaruh Iklan di Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Top Coffe Pada Masyarakat Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

