

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., dan Amstrong, G, *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1 Edisi Terjemahan* 9, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Ru“fah Abdulah, *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Arianty, N. *Manajemen Pemasaran*, Medan: Perdana Publishing, 2016.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. “*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar*”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No 3, pp 1745–1771. 2016.
- Rulanti Satyodirgo , *Pengelolaan Usaha*, Jakarta: Depdikbud, 1979
- David, A. *Manajemen Pemasaran Startegis*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Drewniany, B. L., & Jewler, A. *Creative Strategy In Advertising*, h. 57. Wadsworth: Thomson, 2010.
- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian Rokok Mild*”. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1 No. 2, pp 139–148. 2017.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. “ *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*”. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.5 No.5, pp 1–18. 2016.
- Gifani, A., & Syahputra. “*Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom*”. *Jurnal Bisnis Dan IPTEK*, Vol.10 No.2, pp 81–94. 2017
- Ghozali, I. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang:: Universitas Diponegoro .2016.
- Hestyani, A. D., & Astuti, S. R. T. “*Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang*”. *Diponegoro. Journal of Managemen*, Vol .6 N. 2, pp 1–11. 2017.
- Kurniawan, A. R. *Total Marketing*, Yogyakarta : Kobis, 2014.

- Masiruw, C. N., Kawet, L., & Uhing, Y. “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Di Kota Manado*”, Jurnal EMBA, Vol .3 No.3, pp 1023–1031.2015.
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. “*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*”. Management Analysis Journal, Vol.4 No.2, 171–179.2015.
- Prasetyaningsih, E., & Sukardiman, D. F. “*Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan Pada Wanita Karir Di Jakarta*”. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis,, Vol.1 No.3, pp 1–14.2015.
- Priansa, D. J. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Rini, E. S., & Astuti, D. W. “*Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario*”. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol. 6 No.1,pp 1–12.2012.
- Schiffman dan Kanuk.*Consumer Behavior*. 11th. New Jersey: Prentice Hall, 2015.
- Sertoglu, A., Catli, O., & Kormaz, S. “*Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers’ Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey*”. International Review of Management and Marketing, Vol.4 No. 1, pp 66–77.2014.
- Shimp, T. A. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, South-Western: Cengage Learning, 2010.
- Soewito Yudhi, “*Kualitas Produk, Merek, dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*”, Jurnal EMBA, Vol.1 No. 3.2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryani, T. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*,. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Ujang, S., & Djunaidi, A. *Pemasaran Strategik: Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam penciptaan nilai bagi pemegang saham*, Jakarta: Inti Prima Promosindo, 2011.

- Wijaya, A. F., & Saryadi, S. “*Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Artis Raisa Sebagai Celebrity Endorser Produk Ice Cream Magnum Pada Mahasiswa Undip)*”. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.5 No.3, pp 1–8 .2016.
- Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. “*Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar*”.E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4 No.11, pp 3909–3935.2015.
- Nuraini, A., dan Maftukhah, I. ”*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*. Management Analysis Journal, Vol 4, No.2. 2015.
- Kurniawan, A. R, *Total Marketing*, Yogyakarta : Kobis, 2014.
- Suryani, T. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Arianty, N, *Manajemen Pemasaran*, Medan: Perdana Publishing, 2016.