

### DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2007). Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Jilid I, E)). Jakarta: Erlangga.
- Alfiyah Nuraini, & Ida Maftukhah. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 1(2), 171–179.
- APJI. (2017). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Apjii*, 2018(31 August 2018), Hasil Survey.
- Appelbaum Ronald L., & A. K. W. . (1974). Strategies For Persuasive Communication. Columbus, Ohio. (Charles E, Ed.). Merril Publishing Company.
- Bougie, & S. (2013). Research Methods For Business A Skill Building Approach (Edisi 5). New York.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745–1771.
- Bruno, H. (2008b). Fashion Branding, 7 Jurus Sukses Branding Bisnis MLM Fashion. Jakarta: Gramedia.
- Cholifah, N. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image ( Survei Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Counter Wardah Kota Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 36(1), 170–177.
- Faizan, A. (2014). Pengaruh Kreativitas Dan Endoser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Management Analysis Journal*, 3,2. Universitas Negeri Semarang), 1–8.
- Foster, B. (2016). Impact Of Brand Image On Purchasing Decision On Mineral Water Product “Amidis”. *American Research Journal Of Humanities And Social Sciences*, 2.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (5th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 24 Update Bayesian SEM. Semarang: Badan Penerbit: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black. W. C., B. B. J. . And A. R. E. (2010). Multivariate Data Analysis (7th Ed.). Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hakimi. (2011). Investigate The Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Image. *European Journal Of Scientific Researc*, 58 No.1, 116–132.

- Katadata. (2018). 2013-2017, Pertumbuhan Penjualan Emiten Ritel Turun.
- Kotler, P. And G. A. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edii13. Ji). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. And K. L. K. (2016). Marketing Management (15th Ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). Marketing Management, 15th Edition. Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Maya Nurmalita Anggraen. (2010). Pengaruh Pemakaian Endorser Dalam Iklan Televisi Melalui Kepribadian Merek Dan Implikasinya Terhadap Citra Merek Pembalut Wanita Charm.
- Morissan, A. (2007). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Noerchoidah. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. *WIGA*, 3 No.1, 10–11.
- Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Onigbinde, O. I., & Odunlami, S. A. (2015). The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision-A Study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria. *British Journal Of Marketing Studies*, 3(4), 97–109.
- Peter, J. P. Dan J. C. O. (2014). Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (9th Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Pitta, D. A. And Katsanis, L. P. (1995). Understanding Brand Equity For Successful Brand Extension (12, No.4, Ed.). *Journal Of Consumer Marketing*.
- Ramadhan Triwijanarko. (2018). Ketatnya Persaingan Di Industri Ritel Dan Properti Merebut Hati Konsumen. Retrieved From <https://Marketeers.Com/Ketatnya-Persaingan-Di-Industri-Ritel-Dan-Properti-Merebut-Hati-Konsumen/>
- Rawung, D. R. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. *Emba*, 3 No.3.
- Rodriguez, K. P. (2008). Apparel Brand Endorsers And Their Effects On. *Philippine Management Review*, 15, 83–99.

- Rojas, C. (2016). *The Paradigm Of Forests And The Survival Of The Fittest*. (S. A. Molina & Murillo, Eds.). Costa Rica: Taylor & Francis Group.
- Sabdosih, Zakiya, & Hadiwidjoyo, D. (2013). Riabel Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek L'oreal (Studi Produk L'oreal Paris Total Repair Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1.2.
- Samat, M. F., Hashim, H., & Yusoff, R. N. R. (2014). Endorser Credibility And Its Influence On The Attitude Toward Social Media Advertisement In. *Intregative Business & Economics*, 4(1), 144–160.
- Saraswati, R. A., & Rahyuda, I. K. (2017). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Kota Denpasar. *Managemen Unud*, 6.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp Terence, A. (2003). *Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Situmorang, I. L., Jushermi, P. :, & Marhadi, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond'S Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *JOM Fekon*, 4(1), 2017.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy. (2011). *The Power Of Word Of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (3rd Ed.)*. Yogyakarta: ANDI.
- Triwijanarko, R. (2018). Ketatnya Persaingan Di Industri Ritel Dan Properti Merebut Hati Konsumen. Diakses dari <https://marketeers.com/ketatnya-persaingan-di-industri-ritel-dan-properti-merebut-hati-konsumen/> pada tanggal 22 Februari 2019
- Wijanarko, P., Suharyono, & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian ( Survei Kepada Pengunjung Warung Kopi Kriwul , Kelurahan Merjosari , Kecamatan Lowokwaru , Kota Malang Yang Pernah Melihat Iklan Dan Membeli TOP Coffee ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 165–171.