

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. and J. Craig, Andrews. 2013. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning. All Rights Reserved.
- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Aaker, David A. 2014. *Aaker On Branding 20 Principles That Drive Success*. Morgan James Publishing. New York
- Afifuddin. 2013. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Ali Hasan, 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta
- Bahtiar Andi Firdaus, N Rachma, M.Hufron. 2018. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Greenlight (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Malang) e-jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma Vol.7 No.4 Agustus 2018
<https://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/1166/1179>
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. CV. Alfabeta, Bandung.
- Darmansyah, Muhartini Salim, Syamsul Bachri. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online) Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bengkulu *Jurnal Aplikasi Manajemen* Volume 12 Nomor 2 Juni 2014
<http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/644>
- Dian Indah Zulastris, Aditya Wardhana. 2016. Pengaruh Citra Merek Bukalapak.Com Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Komunitas Bukalapak.Com Di Indonesia) *eProceeding of Management* : Vol.3, No.1 April 2016
<https://repository.telkomuniversity.ac.id/.../jurnal.../pengaruh-citra-merek-bukalapak-com-ter...>
- Erni, & Kurniawan. 2017. *Pengantar Manajemen*, edisi 1, Kencana – Jakarta.

- Evan Jaelani. 2018. Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Konsumen Produk “X” Di Bandung Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Volume X No. 1 / Februari / 2018 <https://jsma.stan-im.ac.id/wp-content/uploads/2018/07/01-Evan.pdf>
- Fandy Tjiptono. 2017. Strategi Pemasaran Edisi Ke-4. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Faridlotul Chusnah, Sudharto Prawata Hadi, Sri Suryoko. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lux Pada Mahasiswa S-1 FISIP UNDIP Semarang Volume 4. Nomor2 tahun 2015 <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8199>
- Fransisca Paramitasari Musay. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 3, No. 2 <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/141>
- Gusti Ayu Pangastuti Arsinta, Ni Made Purnami. 2015. yang berjudul Peran Persepsi Nilai Dalam Memediasi Pengaruh *Celebrity Endorser* Pada Niat Beli produk Kosmetik Maybelline di Kota Denpasar, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, Volume 9, Nomor 2 <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/15800>
- Gupta Tarun. 2014. *Impact Of Celebrity Endorsement On Purchase Decisions: A Study Among Youth Of Bareilly University, Bareilly India* Volume 4/Issue 11/Article No3/1041-1046 November 2014 http://ijmrr.com/admin/.../journal_Tarun%20%203nov14mrr.pdf
- Hermawan, Agus. 2013. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Ifeanyichukwu Dili Chioma. 2016. *Effect of Celebrity Endorsements on Consumers Purchase Decision in Nigeria Nnamdi Azikiwe University* Vol. 3 Issue 9, September 2016, pages: 103~110 https://www.researchgate.net/publication/305383382_Demographic_Variables_and_Internet_Shopping_in_Nigeria
- Indah Siti Mahmudah dan Monika Tiarawati. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pond’s Flawless White Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 1, No. 3 (2013) .

<https://www.e-jurnal.com/2016/03/pengaruh-kualitas-produk-citra-merek.html>

Khan Afsheen, Lodhi Samreen. 2016. *Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision: A Case Of Karachi Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR) Vol.2, Issue-1 , 2016*
<https://www.onlinejournal.in/IJIRV2I1/016.pdf>

Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2014. *Principles of Marketing, 15th Edition, Pearson Education Limited.*

Kotler ,Philip dan Keller, Kevin Lane, 2016. *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education Limited.*

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Alih Bahasa : Benyamin Molan. PT. Indeks. Jakarta.*

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2013. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Empat Belas. Jilid 2. Alih Bahasa Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.*

Levy dan Wietz. 2012. *Retailing Management. 5th Edition: Academic Internet Publisher.*

Malayu SP. Hasibuan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara. Jakarta.*

Margaretha Fiani S. 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo* Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 1, No. 1 hal 1-6 (2012)
<https://media.neliti.com/.../134151-ID-analisa-pengaruh-food-quality-dan-brand.pdf>

Micael Y. Angkasa, Hendra N. Tawas, Michael Raintung. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Motor Honda Beat Di Kota Manado* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1834–1845
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16402>

Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.*

Muslim, Indah Sulistyorini. 2012. *Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser*

Terhadap Citra Merek. Depok: Universitas Indonesia.
lib.ui.ac.id/file?file=digital/20280912-Indah%20Sulistiyorini%20Muslim.pdf

Ni Made Rahayu Wulandari, I Ketut Nurcahya. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan pembelian Clear shampoo di kota Denpasar Universitas Udayana, Vol 4 No.11, 2015:3909-3935 <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/14913>

Ni Putu Novia Karlina, Ni Ketut Seminari SE, M.Si (2015) Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6, 2015: 16101623
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/12229>

Noor, Juliansyah. 2012. Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nur Amalina Fildzah, Devilia Sari (2017) Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco Di Media Sosial Instagram Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 11, No. 2, Oktober 2017
<http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/201>

Okta Dwi Kristanto, Ketut Indraningrat, Susanti Prasetyaningtiyas. 2017. , Pengaruh Viral Marketing, *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Rmbl Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 11, No. 1 Januari 2017. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/6209>

Parengkuan, V., et al. 2014. Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders di 24 Mart Manado. Jurnal Emba Vol.2 No.3. Hal. 1792-1802.
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=262783&val=1025&title=ANALISIS%20PENGARUH%20BRAND%20IMAGE%20DAN%20CELEBRITY%20ENDORSEMENT%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20PRODUK%20SHAMPO%20HEAD%20AND%20SHOULDERS%20DI%2024%20MART%20MANADO>

Puthud Wijanarko, Suharyono, Zainul Arifin. 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). Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 34 No. 1, Mei 2016.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1330>

Rahmad, Hidayat. 2018. "Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dan Pertumbuhannya" Kita Punya, <https://www.kitapunya.net/2018/06/data-jumlah-pengguna-internet-di.html>

Raheem Rizwan Ahmed, Kumar Seedani Sumeet, Kumar Ahuja Manoj, Kumar Paryani Sagar. 2015. *Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Buying Behavior* Indus University, Karachi, PAKISTAN, SZABIST, Karachi, PAKISTAN Vol.16, 2015 ISSN 2422-8451
<http://www.thepharmajournal.com/vol3Issue7/Issue.../10.1.pdf>

Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke 3. Salemba, Empat: Jakarta

Royan M, Frans, 2004, *Distribution Management*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

R. Ratika Zahra. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop* Mayoufit Di Kota Bandung Universitas Telkom Jurnal Lontar Vol. 6 No 1 Januari-Juni 2018
<https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/648>

Salman Pakaya. 2012. Pengaruh *Celebrity Endorser* Pada Iklan Fresh Care Terhadap Minat Beli Konsumen. Univesitas Negeri Gorontalo, Vol.1, No. 1.
<http://kim.ung.ac.id/index.php/KIMFEB/article/view/405>

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Schiffman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, Joseph. 2013. *Consumer Behavior. 10 Edition. Prentice Hall Singapore.*

Solomon, Michael R. 2015. *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Sugih, Liawan. 2017. "Indonesia *E-Commerce Landscape*" *Research and Development Staff at PT Alpha Merah Kreasi Slide Share*, <https://www.slideshare.net/sugihliawan/indonesia-ecommerce-landscape>

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke Dua Puluh Tujuh. Penerbit : Alfabeta, Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Widjaja Andrea Anastasia, 2015. *The Impact of L'Oreal Paris Fall Repair's Celebrity Endorsement towards consumer Purchase Intention with Brand Image as a Mediating Variabel*, *iBuss Management, Volume 3, Nomor 2* <https://media.neliti.com/media/publications/182985-EN-the-impact-of-loreal-paris-fall-repairs.pdf>

Yan Bayu Bramantya , Made Jatra. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar*. Universitas Udayana Vol.5, No.3. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17379/13157>

[Http://www.instagram.com](http://www.instagram.com)