

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir., 2015., Pengenalan Sistem Informasi, Edisi Revisi, Andi, Yogyakarta.
- Abdullah Thamrin, dan Francis Tantri., 2016., Manajemen Pemasaran, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Abdurrahman Sanusi., 2015., Manajemen Strategi Pemasaran, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Achmad Fikri Hanif dan N. Rachma., 2017., Pengaruh Kualitas Harga, Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Indigo Jombang, Jurnal Riset Manajemen, Vol 6 No 8.
- Afifudin., 2014., Dasar-Dasar Manajemen, Alfabeta, Bandung.
- Albertus Agastya., 2015., Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs Di Kota Bandung, *Proceeding Of Management*, Vol.2 No.1
- Asep Sujana., 2015., Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Buchari Alma., 2016., Manajemen Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Daniel Reven., 2017., Analisis Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta), *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 6 No. 3.
- Garvin, David, A., 1994., Strategi Pemasaran, Alih Bahasa: Fandy Tjiptono (2016), Yogyakarta.
- Deandra Vidyanata., 2019., Peran *Brand Credibility* Sebagai Mediasi Pengaruh Strategi *Celebrity Endorsement* Terhadap *Brand Equity*, Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan, Vol 12, No 1.
- Desi Derina., 2016., Pengaruh Atribut *Credibility* dan *Attractiveness Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunsilc Clean & Fresh Pada Konsumen Wanita di Bandar Lampung (Tesis), Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Lampung, Bandar Lampung.

- Ernawati, Dkk., 2018., Tata Busana Jilid 1 Untuk Sekolah Menengah Kejuruan, Jakarta.
- Evan Jaelani., 2018., Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen RA JEANS, Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi, Vol. X No. 1.
- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan., 2017., Pedoman Penyusunan Skripsi FEB Unpas, Bandung.
- Fandy Tjiptono., 2015., Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti., 2014., Riset Pemasaran, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gugup Kismono., 2015., Bisnis Pengantar, Edisi Dua, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Hansen, Don R. dan Mowen, Marryanne, M., 2015., *Management Accounting 7<sup>th</sup> Edition*. Diterjemahkan Oleh Dewi Fitriani Sari Dan Deny Arnos Kwary, Salemba Empat, Jakarta.
- Harman Malau., 2017., Manajemen Pemasaran, Alfabeta, Bandung.
- Hunter, Erick., 2014., *Celebrity Enterprenurship And Celebrity Endorsment*.
- Husein Umar., 2014., Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi-2, Cetakan ke-13, Rajawali Pers, Jakarta.
- Imam Prayogo., 2017., Surat Berharga Alat Pembayaran Dalam Dunia Modern, Bina Aksara, Jakarta.
- Indiryo Gitusudarmo., 2015., Manajemen Pemasaran, Cetakan Ketiga, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Kalafatis, S., Ledden, L. & Mathioudakis, A., 2010., *Re-Specification Of The Theory Of Consumption Values. Emerging Issues In Business And Law*, Kingston Upon Thames, U.K.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2018., *Principle Of Marketing, 17e Global Edition*, Pearson Education Limited, New York.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller., 2016., *Marketing Management, 15e Global Edition*. Pearson Education Limited, New York.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller., 2014., Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13, Jilid 1&2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

- Listfield, R., dan F., Montes Negret., 2014., *Modernizing Payment System In Emerging Economies, World Bank Policy Research Working Paper.*
- Maharani Vinci., 2014., *Manajemen Bisnis Eceran*, Sinar Baru Algensindo, Bandung.
- Malayu Hasibuan., 2016., *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Maslow, Abraham., *Motivation and Personality.*, Terj. Nurul Imam, Dalam Buku "Motivasi Dan Kepribadian I"., 2014., Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Mc Carthy, Jerome, E.; Perreault, William D., 2015., *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kelima, Alih Bahasa : Agus Darma, Erlangga, Jakarta.
- Mochammad Arif Wicaksono., 2018., Pengaruh Desain Produk Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro RMBL, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 6 No 1.
- Mullins, John W Dan Walker Jr, Orville C., 2014., *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, Mcgraw-Hill International Edition.
- Neneng Komariah., 2016., *Emotional Branding* Sebagai Upaya Pengembangan Kualitas Layanan Perpustakaan Untuk Meningkatkan Penggunaan Perpustakaan, *Record and Library Journal*, Vol.2 No 2.
- Noviandra, Mahestu., 2016., Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja (Kasus pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar)
- Nu'man Mubarak, Dkk., 2018., Pengaruh *Celebrity Endorser* Pada Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Produk Erigo Jakarta Melalui *Instagram*), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 62 No 1.
- Nugroho J., Setiadi., 2014., *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)*, Kencana Perdana Media Grup, Jakarta.
- Parengkuan., 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.
- Peter, J. Paul And Jerry C Olson., 2011., *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* Buku 2, Ed. 9, Alih Bahasa: Damos Sihombing, (2014), Erlangga, Jakarta.

- Prastyowibowo., 2015., Desain Produk Industri, Yayasan Delapan, Sepuluh, Bandung.
- R. Ratika Zahra Dan Nofha Rina., 2018., Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit Di Kota Bandung, Jurnal Lontar, Vol 6 No 1.
- Rahmawati., 2014., “Pengaruh Aspek *Sense* dan *Feel* dari *Experiential Marketing* Pada Kasus Soto Gebrak”. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. Iii No. 2
- Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani., 2014., Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Randy Wibawa, Dkk., 2017., Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Distro Random Apparel Bandung), Prosiding Manajemen, Vol 3 No 1.
- Royan, Frans.M, 2015, *Marketing Celebrities*, Jilid I, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Samiaji Sarosa., 2014., Penelitian Kualitatif, Indeks, Jakarta.
- Sangadji dan Sopiah., 2014., Perilaku Konsumen, Andi, Yogyakarta.
- Sapre dalam Usman., 2014., Manajemen, Erlangga, Jakarta.
- Schiffman, Kanuk., 2010., Perilaku Konsumen, Ed. 7. Alih Bahasa: Zulkifli, 2014, Indeks, Jakarta.
- Sertoglu, Aysegul Ermec, Et Al., 2014., *Examining The Effect Of Endorser Credibility On The Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study In Turkey. International Review Of Management And Marketing, Vol 4 N. 1.*
- Shimp, Terence A., 2014., Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi, Edisi 8, Salemba Empat, Jakarta.
- Sigit Budiyanto., 2018., Pengaruh Selebriti *Endorser* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *3Second*, Jurnal EMOR, Vol. 2 No 1.
- Sofjan Assauri., 2014., Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sonwalkar, J., Manohar K., And Pathak A., 2015., *Celebrity Impact- A Model Of Celebrity Endorsement, Journal Of Marketing And Communication, Vol.7, Issue 1.*

- Sugiyono., 2017., *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suryana., 2014., *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Terry, George R., 2009., *Principles Of Management, 5th Edition*, Alih Bahasa: Affifudin, (2014), Salemba Empat, Jakarta.
- Uyung Sulaksana., 2015., *Integrated Marketing Communications*, Pustaka Pelajar, Jakarta.
- Wahyu, Nugroho., 2015., “Loyalitas Konsumen” , <http://wnugros.com/loyalitas-konsumen>