

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Yohanes. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Konsumen Shampoo Clear di Surabaya.
- Amir, M Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Andrianto dan Sutrasnawati (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Pada Proses Keputusan Pembelian*. Management Analysis Journal Universitas Negeri Semarang.
- Bamagain, Aisah., N., S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Queen Apple “Farah Quinn”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FE Brawijaya*, Vol.8 No.1.
- Barnes, James G., 2003, *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Daud, M., Andi Artono, dan Eni Prastiti. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kadiri). *JIMEK*, Volume 1 Nomor 1.
- Firdaus, Faisal Budi, (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sarung Tinju Merek “AN-DA” di Jawa Tengah. *Diponegoro Journal Of Management* Volume.6, Nomor 4, 1-14.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. 1995. *Customer Loyalty: How to Earn it, How to Keep It*. McGraw-Hill: Kentucky.
- Griffin, Jill, 2005, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hanif, Achmad Fikri dan N. Rachma (n.d). Pengaruh Kualitas Harga, Citra Merek, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian di Distro Indigo Jombang. *e-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.

- Kalangi, N., J., dan Lucky F. Tamengkel. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8 No.1.
- Kasali, R. 2005. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi Kesembilan. Jilid satu. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Lie, Geraldly dan Rudy S.Wenas. (2017). Pengaruh Bauran Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sparkle The Organizer Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.3, 3694-3073
- Management Action Guides. 1996. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mubarok, Dadan., A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol.15, No.3.
- Oka A. Yoeti. 2004. *Strategi Pemasaran Hotel*. PT.Gramedia Pustaka Utama,Jakarta.
- Patmadiwiria, I. 1994. *Marketing Public Relations dan Strategi Promosi Kasus PT. Aldine Igemaker*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Poluakan, W., S., dan Bernhard Tewal, Hendra Tawas. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha VIXION (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna di Amurang). *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2, 2313-2321
- Rangkuti, F. 2005. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rumengan, Aveline Novita, Hendra N.W, dan Rudy, T.W. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu AYLA Cabang Manado. *Jurnal EMBA Vol.3 No.2*, 684-694.
- Ruslan, R. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi Tujuh. Jakarta: Prentice Hall

- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Setiadi, Arino Fajar. (2012). *Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Merek Clear (Studi Pada Pengguna Shampoo Clear di Kota Surakarta)*.
- Shimp, Terence, A. (2003). *Peiklanan, Promo, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (diterjemahkan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah)*. Edisi Kelima. Jakarta: Airlangga
- Santoso dan Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sihite, R. 2000. *Hotel Management*. Penerbit SIC, Surabaya.
- Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudarmanto, G. 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Wicaksono D. Agung, Hadi Sumarsono, dan Adi Santoso (2019). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*. Vol. 3 No.1 April 2019 hal 81-89.
- Wijanarko, P., dan 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)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 34 No. 1.
- Wulandari, N., M., R., dan I Ketut Nurcahya. (2015). *Pengaruh Celebrity endorser, Brand Image, Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 11.
- <https://databoks.katadata.co.id>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2020.
- <https://m.detik.com>. Diakses pada tanggal 12 Mei 2020.
- <http://bbs.binus.ac.id>. Diakses pada tanggal 13 Mei 2020.
- <http://detikInet.com>. Diakses pada tanggal 01 Juli 2020
- <http://iPrice> (2019). Diakses pada tanggal 01 Juli 2020
- <http://dailysocial.id> (2018). Diakses pada tanggal 01 Juli 2020
- <http://idtesis.com/2019> . Diakses pada tanggal 01 Juli 2020