

DAFTAR PUSTAKA

- Angkasa, M. Y., Tawas, H. N., & Raintung, M. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Motor Honda Beat di Kota Manado, *ISSN: 2303*.
- Ardiansyah, M. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Cleo, *ISSN: 2461*.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar, *ISSN: 2302*.
- Dinggon, M. R., Lumanauw, B., & Trang, I. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran , Celebrity Endorsement dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado, *ISSN: 2303*.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Milenium,). Jakarta: Pearson Education Asia Pte. Ltd dan PT. Prenhallindo.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta, *ISSN: 2252*.
- Parengkuan, V. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Head and Shoulder di 24 Mart Manado. *Nasional*, 2, no.3.
- Sahputra, R. P. A. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Promotion Yang Dimediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian, *ISSN: 2461*.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (S. Empat, Ed.) (7th ed.). Jakarta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: PT.Indek.
- Shafira, A., & Ferdiand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Keinovatifan Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Serta Citra Merek dan Nilai Utilitarian Sebagai Variabel Intervening, *ISSN: 2337*.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (8th ed.). USA: Salemba Empat.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis*, 1.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, K. A. D. S. K., Nurcahya, I. K., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore, *ISSN: 2302*.
- Umar, H. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Utami, M. M., & Hanum, A. N. (2010). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Word Of Mouth Mahasiswa Unimus, *ISBN:978.9*.

Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. (A. Djojo, Ed.). Yogyakarta.