

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Katadata.co.id. (2018).
- Foster, B. (2016). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product Amidis (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS)*, ISSN (Online) : 2378-7031.
- Hair, et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th Edition*. Mcmillan New York.
- Hartono, B. D., & Nikijuluw, J. E. P. (2017). Creating Consumer Purchase Decision: Analysis of Brand Image, Service Quality, and Marketing Communication (A Case Study on Mal Artha Gading/MAG Jakarta). *International Journal of Advanced Research*, ISSN: 2320-5407.
- Hendra, L. (2017). Impact of Brand Image, Product Quality, and Self Efficacy on Purchase Decisions on Private Label Right Products. *An Empirical Study. Expert Journal of Business and Management Volume 5, Issue 2, 2017*, ISSN 2344-6781.
- Hestyani, A. D., & Astuti, S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang)” *Diponegoro Journal of Management Volume 6, Nomor 2, Tahun 2017*, ISSN (Online): 2337-3792.
- Idntimes.com. (2018).
- Instagram.com. (2019). @geprekbensu.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. 15th Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior – Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, terhadap Citra Merek, dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada

Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang). Universitas Negeri Semarang.

Pegipegi.com. (2018).

Perreault, W. D. (2011). *Essentials of Marketing*. The McGraw-Hill Companies.

Peter, P. J., & Olson, J. C. (2009). *Costumer Behavior, Jilid 2, Edisi Kelima (alih bahasa Damos Sihombing)*. Jakarta: Erlangga.

Phinemo.com. (2018).

Prasetyo, P. E. (2016). Brand Ambassador dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek (Studi Kasus pada XL Axiata di Pelajar dan Mahasiswa Yogyakarta). *Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.

Putra, M. I., Suharyono., & Abdillah, Y. (2014). “Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia)” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 12 No. 1, Juli 2014*.

Respati, W. D. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk, terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jember, Maret 2017*.

Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management, Volume 6, Nomor 3, Tahun 2017, ISSN (Online): 2337-3792*.

Rilla, Y., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, ISSN (Online): 2337-3792*.

Rizan, M., Nauli, M. O., & Saparuddin. (2017). The Influence of Brand Image, Price, Product Quality, and Perceive Risk on Purchase Decision Transformer Product PT. Schneider Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 8, No. 1, 2017 e-ISSN: 2301-8313*.

Rizki, S. P., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas

- Produk, dan Harga terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016*, ISSN (Online): 2337-3792.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri. Jakarta: Media Komputindo.
- Sagala, M. H., & Mulyaningsih, H. (2017). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Oppo Smartphone di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1 April 2017*, ISSN : 2355-9357.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta.
- Uzone.id. (2019).
- Vanessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 51 No. 1, Oktober 2017*.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision : A Case of Tous Les Jours in Indonesia. *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016)*. "How Innovation could Improve the Performance and Productivity in Entrepreneurship?", March 17, 2016.
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi terhadap Citra Merek dan Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata di Semarang. *Diponegoro Journal of Management Volume 6, Nomor 2, Tahun 2017*, ISSN (Online): 2337-3792.
- Winardi. (2010). *Kepemimpinan dan Manajemen*. Jakarta: PT Rineka Cipta.