

## DAFTAR PUSTAKA

- A, S. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- A, S. M. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI.
- Aaker, B. (1993). *Brand Equity and Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brand*.
- Abdullah, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Allison, D., & Uhl. (1964). Influence of Beer Brand Identification on Taste Perception. *Journal of Marketing Research*.
- Arnould, E. (2005). *Customers* (2nd ed.). Singapore: Mc Graws Hill.
- Asih, R. (2013). PT. Paragon Technology and Innovation (Wardah Cosmetics). Retrieved from Blogspot.com website: <http://asihrahmawati1025.blogspot.com/2013/02>
- Basu, S. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Belch, G. E. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (6th ed.). New York: The Mc Graw Hill/Irwin.
- Cooper, R. D. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Davidson, R. W. (1998). *Retailing Management* (6th ed.). New York: John Willey & Sons.
- Djaali. (2008). *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Doucet, E. (2008). *Creating Your Library Brand , Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago: American Library Association.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Husain, U. (2005). *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusat.
- Jhaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Kennedy, J. E. (2006). *Marketing Communication - Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.

- Kertajaya, H. (2007). *Marketing Mix* (9th ed.; P. G. P. Umum, Ed.). Jakarta.
- Kotler, P. (n.d.). *Marketing Manajemen* (Millenium). Prentice Hall.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan A. G. (2014). *Principles of Marketing* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan L. K. K. (2009). *American Marketing Association*.
- Permadi, C. P. (2014). Pengaruh Citra Merek terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis (JAB)*, 10 No.1.
- Porter, A. D. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing On The value Of a Brand New York*. Th Free Press.
- Ramli, K. (2011). Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian. Retrieved from <http://kamriantiramli.wordpress.com/2011/05/16>
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pusat.
- Richardson, P., & A, dan J. (1994). *Extrinsic ang Intrinsic Cue Effects on Perceptions of Store Brand Quality*. 58 No.4.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, K. (2007). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman, K. dan L. (2008). *Consumer Behaviour* (Perilaku K). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Setiadi, J. N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, M. dan S. E. (2008). *Metode Penelitian Su*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Sterie, G. W. dan J. D. . M. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utam telkonsel di Manado. *Jurnal EMBA*, 7 No. 4.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: American Library Association.

- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sumarni, A. N. dan S. I. (2005). *Hubungan Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. UPN Veteran.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utami, N. W. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengambil Keputusan. *Jurnal by Mekari*.
- Wahyuningtyas, I. (2018). Meningkatkan Omzet Penjualan Melalui Kesadaran Meek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo. *Simki-Economic, 02 No 04*.
- Yusiana, R. dan R. M. (2015). *Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Telkom.