

DAFTAR PUSTAKA

- Agusyana, & Islandsript. (2011). *Olah Data Skripsi dan Penelitian Dengan SPSS 19*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Azwar, S. (2003). *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Belch, G., & Belch, M. (2004). *Marketing Communication Perspective. Sixth Edition*. New York: McGraw Hill.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Foster, B. (2016). *Jurnal Dampak Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum "Amidis"*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. *e-Proceeding of Management, Vol. 3 No. 1*, 2355-9357.
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communication E-book*. USA: Sommerset NJ.
- Hamid, A. (2012). *Komunikasi dan Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hartono, J. (2012). *Teori Portofolio dan Analisa Investasi, Edisi Kedelapan*. Yogyakarta: Pustaka Setia.
- Karlina, N. N., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6*, 2302-8912.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, 4th ed*. England: Pearson Education, Inc.

- Khuzaini, K. H. (2013). *Pengaruh Tayangan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening di Surabaya*. Surabaya.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua. Edisi Ketiga*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Empat Belas. Jilid Satu*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.
- Magdalena, P. A., Suharyono, & Mukhammad. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image serta dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 23 No 1 Juni 2015*.
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran, Edisi Keempat, Jilid Satu*. Jakarta: PT. Indeks.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Novansha, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences, Vol. 2, Issue 8, 2415-6248*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20. Edisi Satu*. Yogyakarta: ANDI.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image serta dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna LINE di Asia). *Jurnal Admnistrasi Bisnis, Vol. 12 No. 1 Juli 2014*.
- 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, 2301-8313*.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elekx Media Komputindo.
- Royan, F. M. (2005). "*Marketing Selebritis : Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*". Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saeed, M. N., & Bhatia, P. (2014). Impact of Celebrity Endorsement on the Image of Brand on Customer's Mind. *International Journal of Business and Management Invetion, Vol. 3, Issue 11, 2319-8028*.
- 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, 2355-9357*.
- Saputri, H. A., & Nugroho, W. (2018). Factors Affecting Consumers in Using Services, J&T Express (Case Study On J&T Express Branch Margonda Depok). *International Journal of Applied Business & International Management, Vol. 3, No. 1, 2621-2862*.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2012). *Uji Validitas dan Reliabilitas, Asumsi Klasik untuk Kesehatan, Cetakan Satu*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Sunyoto, D. (2013). *Analisis Data Ekonomi Dengan Menggunakan SPSS, Cetakan Satu*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Taehee, K., Min, S. H., & Kyungro, C. (2017). The Impact of celebrity-advertising context congruence on the effectiveness of brand image transfer. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 18, No. 3*, <https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2017-095>.
- Terence, A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Edisi Kelima, Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.
- Terence, A. S. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu). Jilid 1, edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (Yogyakarta). *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: ANDI.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Ecodemica, Vol. 3, No. 1*, 2355-0295.