

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan D. Saladin. (2015), *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya.
- Asih, Kania Sekar. (2011), *Pengaruh Promosi Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Kecap Bango pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*, <http://kminoz.wordpress.com/2011/10/15/>., (17 Juni 2020).
- Assauri, Sofjan. (2014), *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ferdinand, A. (2012), *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: BP UNDIP.
- Geonadhi, Lydia. (2011), “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Avanza di Kota Banjarmasin”, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. XII, No.2, Oktober 2011.
- Ghozali, Imam. 2015, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro
- Gorethi, Eva Nani. (2015), “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Restoran Siap Saji Yogya Chiken Jl. Empu Tantular 102A, Puren Desa Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta)”. Tidak Dipublikasikan. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma
- Habibah. (2018), “Pengaruh *Brand Image* dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bogor”, *Iqtishoduna* p-ISSN: 2252-5661, e-ISSN: 2443-0056.
- Handoko, T.H. (2014), *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPF Press.
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.

- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2016), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Perengkuan dkk. (2014), “Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol.II, No. 3, November 2014, h. 1686-1814.
- Purnama, Lingga. (2012), *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton. (2014), *Keputusan Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2016), *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, Krystia. (2012), “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi kasus pada Konsumen di Bandeng Presto Semarang)”, Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, dkk. (2014). *Marketing Scales*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2012), *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. (2016), “Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Kosnsumen Wardah di Ponorogo)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. VI, No. 2, Desember 2016.
- Xia et al. (2014), “Influence Of Price And Quality To Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach”. Dalam *Jurnal Science-Future Of Lithuania*, Vilnius Gediminas Technical Univesity.