

DAFTAR PUSTAKA

- Ansofino. (2016). *Buku ajar ekonometrika*. Dee publish.
- Arikunto. (2017). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (cetakan ke). pt asdi mahasatya.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*. 3, 14–34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Febriana R, M., Sampurno, & Djohasjah. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta Oleh : *Jurnal Ekonomi*, 19(3), 299–313.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*2, 5(5), 1–18.
- Jerry C.Olson dan PetterJ.Paul. (2014). *perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (edisi semb). Salemba empat.
- Keller, K. &. (2919). *Manajemen pemasaran* (edisi13 ed.).
- Kertamukti. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan:Konsep pesan,Media,Branding,Anggaran*. Pt raja grafindo persada.
- Kolter, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Manajement* (15th ed.). Pearson Education,Inc.
- kotler, philip and keller, k, L. (2016). *Marketing management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (15th Edition ed.)*. Pearson Education,Inc.
- kotler, amstrong. (2016). *principles of marketing* (16 global). pearson education limited.
- Kotler, A. (2016). *Principles marketing* (16 global). pearson education limited.
- Kotler, K. (2019). *manajemen pemasaran* (edisi13 ed.).
- Learning, M., & Cookbook, R. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析*Title.
- Prambudi, G. E., Herdinata, C., & Dewi, Y. K. (2019). *ATRIBUT CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN CUSTOM GS CLOTHING*. 3.
- Prisiansa. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis komtemporer*. Alfabeta.
- Rriduwan. (2017). *Mentode dan teknik menyusun proposal penelitian*. Akfabeta.
- Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen. (*Tjiptono, 2004*), 1(3), 247–254.
- Shimp. (2010). *integrated marketing komunication in advertising and promotion* (8th ed.). cengage learning.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif dan kombinasi (mixed methode)*. Alfabeta.

- Supardi. (2017). *Statistik penelitian pendidikan*. Pt raja grafindo persada.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Tjiptono. (2015a). *Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono. (2015b). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran*. CV, ANDI OFFSET.
- Tjiptono. (2017). *Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono. (2019). *Pemasaran jasa: strategi mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Budi utama.
- Wenas, R., Tumbel, A., & Parengkuan, V. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1792–1802. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5972>
- Yudiatmaja. (2017). *Analisis jalur*. Pt raja grafindo persada.