

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (1997). *Ekuitas Merek. Edisi Indonesia*. Mitra Utama : Jakarta.
- Aaker, David. (1997). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of Brand Name*, Fress. New York.
- Andrianto, N., & Sutrasmawati, E. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Brand Image Pada Proses Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal* 5 (2).
- Arliska, M., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Inovasi Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Benu (studi Pada Mahasiswa Rusunawa II Universitas Islam Malang). *E- Jurnal Riset Manajemen*.
- Artanto, p., & Sukotjo, h. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada A&W. *Jurnal Ilmu Dengan Riset Manajemen (JIRM) – Vol. 5 No. 4 ISSN 2461-0593*.
- A. Shimp Terence. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Belch, George E, Michael A, Belch. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. Sixth Edition*. New York: Mcgraw-Hill.
- Camelia, S., & Suryoko, S., (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D' Cost Seafood Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.6 Nomer 3*.
- Chumairah, s., Hamid, F., & Wijayanti, M. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* Media Sosial (Instagram) dan Kulaitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan “Goreng” (Studi Pada Konsumen Sate Taichan “Goreng” Cabang Tebet). *Vol. 15 Nomer 1*.
- Cockril, Antje. & Mark M.H. Goode. (2010). *Perceived Price and Price Decay In The DVD Marke. The Journal Of Product And Brand Management*.
- Eko Wahyu Widayat. (2012). Pengaruh Merek, Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan (Studi Pada Kasus Masyarakat Kelurahan Tanah Seribu Kecamatan Binjai Selatan). *Vol. 5 No. 1 ISSN: 2252-7826*.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fiani, M., & Japarianto, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Dikota Solo. *JME. Vol.1 Nomer 1*.
- Ghozali, Imam. (2009). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang. UNDIP.

- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hidayat, R., & Sutopo, S., (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan). *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 5 Nomer 3.
- Husein Umar. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler. Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., (2002). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kurniawan, A., & Astuti, R. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal Of Management Vol. 1*.
- Lingar, Apriliya. (2016). Pengaruh Word Of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mie Akhirat di Surabaya). *Bisnis dan Manajemen*. Vol. 8 Nomer 2.
- Mariyanti, I., & Rahanatha. (2015). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Pesan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium Chocolate. *E-Journal Manajemen Unud*, Vol.4 No. 10 ISSN 2303-8912.
- Nurul, Evita. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung). *E- Proceeding Of Applied Science: Vol.3 No.2 ISSN 2442-5826*.
- Petter, J. Paul & Jerry C. Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Buku 2.
- Rangkuti, F. (2009). *Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, A. (1997). Analisis Sikap dan Minat Konsumen Dalam Membeli Ayam Goreng Tradisional di Semarang. IPB
- Schiffma, & Kanuk. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sihombing, S., & Sitmorang, S. (2014). Pengaruh Harga, Kemasan, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Minute Maid Puply Orange Pada Siswa SMA N 1 Medan.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffe and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *JBE Vol. 26 No. 2 ISSN 2655-3066*.
- Syarif, Moeis., (2008). *Analisis Perilaku. Manajemen Pemasaran: Yogyakarta. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6 Nomer 2*.
- Soenawan, A., & Malonda, E. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya.
- Sangadji, Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyudi Randang. (2013). Kualitas Produk, Atribut Produk, dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng. *Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 3 ISSN 2303-1174*.
- Wulandari, N., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampo di Kota Denpasar. *E- journal Manajemen. Vol. 4 No. 11 ISSN 2302-8912*.
- Zaelani, A., & Maulana, L., (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Pesan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Walls Cornetto Disc Chocolate di Kota Bogor. *Jurnal Visionoda. Vol. 3 No. 2*.