

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Alfred, O. (2013). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pada Pembelian Konsumen Mobile Telepon Dalam Kumasi Metropolis Di Ghana Studi Perbandingan*. 5(1), 179–199.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 181–190.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran, dasar konsep dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Damiati, Masdarini, Suriani, Adnyawati, N. D. S., Marsiti, C. I. R., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara media.
- Fure, F., Lapian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 367–377.
- Gotomo, E., & Wahyudi, A. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di pochette. 2*.
- Gotomo, E., & Wahyudi, A. (2017). Keputusan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pochette. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 219–227.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. 1*.
- Hadi, B., Husani, S., Ali, H., Mercu, D., Universitas, B., Indonesia, J., & Pembelian, K. (2017). *Saudi Jurnal Bisnis dan Manajemen Studi Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , dan lokasi untuk Produk Keputusan Pembelian pada Nitchi Pada PT . Jaya Swarasa Agung di Central Jakarta*. 6663(issn 2415-6663), 433–445.
- Hafilah Noor Endah Hafilah, & Chaer, V. P. (n.d.). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Produk Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Smartphones*.
- Hastono, S. P. (2006). *Analisis Multivariat*. FKM UI.

- Hikmawatih, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.
- Kotler, P., & Kelle, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode riset untuk ekonomi & bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Kurniawan, A. D., & Astuti, R. T. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 282–289.
- Kusumah, R. (2015). *RISIKO PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PERILAKU DALAM ONLINE TOKO instagram*. 15(05), 355–366.
- Limakrisna, N., & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Majeed, S., & Razzak, S. (2011). *Dampak Televisi Iklan Pengulangan, Pengesahan Selebriti dan*. 5(12), 3044–3051.
- Malau, H. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung, Alfabeta.
- Manap, H. A. (2016). *Resolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Martini, tina. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*. 9.
- Mokoagouw, M. L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.16(No.01), 493–502.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). *Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado*. 1.
- Mudiantono, S. P. R. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang)*. 5.
- Oesman, M. Y. (2010). *Sukses Mengelola marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung, ALFABETA.

- Priansa, D. J. (2017). *PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSAINGAN BISNIS KONTEMPORER*. Bandung: ALFABETA.
- Purba, H. H. (2017). *Qualiti Improvement and Lean Six Sigma: meningkatkan kualitas produk dan kinerja perusahaan menuju Zero Defect*. Yohyakarta: Expert.
- Revyda, V. E., Asrizal, & Apriyeni, D. (2013). Pengaruh Celebrity Endorser, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Merek Clear Di Kabupaten Dharmasraya (Studi Kasus Jorong Padang Bintangan Kecamatan Koto Baru). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ritonga, Z. (2015). *Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Dan Daya Tarik Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Merek Pantene Pada Masyarakat Labuhanbatu Utara*. 2.
- Sagia, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera*. 5.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsi Pemasaran-pengenalan plus tren terkini tentang pemasaran global, pemasaran jasa, green marketing, enterpreneural marketing, dan e-marketing*. Yogyakarta, ANDI OFFSET.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silmi, Z., N., H., & M., R. (n.d.). Menguji Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Prodi: Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, (2015), 121–135.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual SPSS*. Jakarta:Kencana.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018)*. 8(1), 2–4.
- Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado*. 7.
- Subagyo, A. (2010). *Marketing in Business*. Jakarta:Citra Wacana Media.
- Sudaryono. (2018). *Metdologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Sugiono. (2015). *Merode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed*

- Method*). Bandung, ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and adevelopment/R&D)*. Bandung, ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN BISNIS*. Bandung, ALFABETA.
- Suliyanto. (2018). *Metode penelitian bisnis untuk skripsi tesis, dan & disertasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Tunis, janwar anugrah, & Martina, S. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Thesecret Factory Outlet*. 3.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Pada Citra Merek Dan Konsumen Keputusan Pembelian : Kasus Tous Les Jours Di Indonesia Konsumen Keputusan Pembelian : Kasus Abstrak Dengan penambahan intensitas Korean Wave dari Indonesia Investasi*.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *MANAJEMEN KOMUNIKASI dan PEMASARAN*. Bandung:ALFABETA.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Model SPSS, AMOS dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPPSTIM YKPN.
- Yulianti, A. L., & Saputri, M. E. (2016). *Pengetahuan Produk dan Konsep Harga pendekatan filosofis dan praktis*. Yogyakarta:Deepublish.