

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, K., Hidayati, N., & Basalama, M. R. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Mountaineer Outdoor Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(16).
- Aldo, Okky Trio., Widarko, A., & Khalikussabir, K. 2022. Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image Dan Atribut Brand Ambassador Fiersa Besari Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Malang (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Unisma 2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(11).
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Anwar, I., & Satrio, B. 2015. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arianty, N. (2016). *Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. Kumpulan Jurnal Dosen UMSU, 4(2), 76-87.
- Bloemer, Josee, Ko de Ruyter, dan Pascal Peeters. 1998. "Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction" *International Journal of Bank Marketing*, 16 (7), hal 276-286
- Buchari Alma. (Ed) 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. 2016. Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth ( Ewom ) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli ( Survei Pada Followers Akun Instagram @ Saboten \_ Shokudo ). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 37(1), 148–157.
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Daryanto. 2011. *Media Pembelajaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Emmy Supariyani, Hj, Jan Horas V Purba dan M. Rangga, 2006. Pengaruh endorser pada media iklan televisi terhadap Citra Produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 6(2): h:99-103
- Fahmi, I. 2016. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

- Firmansyah, M. A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Vol. 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20,00*. Semarang : Badan Penerbit Universitas diponegoro,
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi Ketujuh, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Jogjakarta: Media Pressindo
- Kausar Hayat, Muhammad Ghayyur & Arshid Zia Siddique, 2013. *The Impact of Consumer Perception Based Advertisement and Celebrity Advertisement on Brand Acceptance: A Case Study of the Peshawar Market*. *Journal of Managerial Sciences*. 7(1): h: 146-157
- Keller, K. L. 1993, "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity", *The Journal of Marketing*, Vol. 57, No. 1, pp. 1-22.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. USA: Pearson Education Limited.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh..* Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran, Edisi millennium*. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, 2014. *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : PT. Indeks.

- Kurniawati, Dewi, dkk. 2014. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 14.
- Lin, Nan-Hong. 2007. The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. Tatung University. Taiwan
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Moeed Ahmad Sandhu, Syeda Shawana Mahasan and Asad ur Rehman, 2014. The Impact Of Brand Image and Celebrity Endorsement On Consumers Purchase Preference for Fashion Product. *Journal Indian Streams Research*.4(2):h:1-10
- Mulyanto, H dan Wulandari, A. 2010. *Penelitian: Metode dan Analisis*. Semarang : CV Agung
- Nurgiyantoro. 2014. Pengaruh strategi promosi melalui media terhadap keputusan pembelian garskin yang dimediasi word of mouth marketing ( studi pada konsumen produk garskin merek sayhello di kota Yogyakarta ). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.
- Qurat Ul-Ain Zafar and Mahira Rafique, 2011. Impact of Celebrity Advertisement on Customers' Brand Perception and Purchase Intention. *Asian Journal of Business and Management Sciences*. 1(11): h: 53-67.
- Rao, Purba. (1996). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager, February-March.
- Romadhoni, M. 2015. Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu nike pada mahasiswa FIK UNY.
- Salatun, S. W., & Layoo, N. 2017. Hubungan Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Outdoor di Kota Luwuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 1(2), 116-130.
- Sari, Ratna Dwi Kartika. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*. 1 (1): 1-13.

- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Sofjan, Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 1 Cetakan Keempat Belas. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (MixedMethodes)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Anggota Ikatan Penerbit Indonesia(IKAPI).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Paper Plane.
- Sutrisno, Hadi, 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wangenheim, F. V. 2005. *Postswitching Negative Word of Mouth*. *Journal of Service Research*. Vol. 8. No. 1. (67-78)
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. 2018. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.