

DAFTAR PUSTAKA

- Arista, E. D. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi Aset, Vol 1 No.3* Fakultas Ekonomi Brawijaya, Malang ISSN : 37–45.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media.
- Care, A. F., & Pakaya, S. 2013. Pengaruh Celebrity Endorser Pada Iklan Fresh Care Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Agnes Monica Sebagai Endorser Produk Minyak Angin Fresh Care), *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 10, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, ISSN : 2302-8912.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi Kelima. Semarang: UNDIP.
- Hia, Y. D. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Sari Murni, *Jurnal Economica*. Prodi Ekonomi Vol.1 No.1, STKIP PGRI Sumbar, Padang
<http://dx.doi.org/10.22202/economica.2013.v2.il.218>
- Irianto, Agus. 2010. *Statistika Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Lane, Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Luh Dwi Mariyanti, G. B. R. 2015. Pengaruh Celebrity Endorsers Dan Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium Chocolate *Jurnal Manajemen* Vol. 4 No. 10, Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. <http://doi.org/10.1109/5.771073>

- Muhammad Fakhru Rizky, H. Y. 2013. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal ekonomi* Vol 53 No.9, Universitas Udayana, Bali. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Mohammad Rizan, B. S. dan Y. S. 2012. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol.3 No.1, Fakultas Ekonomi UNESA, Malang, ISSN : 1–17.
- Nandiroh. 2013. Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya, *Jurnal Economica* Vol.2 No.1, Prodi Ekonomi STKIP PGRI Sumbar, Padang. <http://dx.doi.org/10.22202/economica.2014.v3.il.232>
- Ni Made Rahayu Wulandari, I K. N. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo *Jurnal Ekonomi*, Fakultas Ekonomi Vol 4 No.11 Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia, ISSN : 3909–3935.
- Ratna Dwi Kartika, S. R. T. A. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv . Mega Jaya Mebel, *Jurnal Manajemen*, Vol 1 No.1 Fakultas Ekonomi UNNES Semarang, ISSN : 1–13.
- Riduwan. 2010. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. 2013. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol.14 No.9, Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Jilid 1. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga ISSN : 135–143.
- Sudaryono. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, Ujang, dkk. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen* . Bogor: IPB Press.
- Suyanto. 2004. *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tampi, Daniel. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy pada PT. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal EMBA*, Vol 4 No.1, Fakultas Ekonomi Widyatama, Bandung, ISSN : 990–999.

Widarjono, Agus. (2013). *Ekonometrika Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Ekonosia.

Wulansari, A. 2013. Pengaruh Brand Trust dan perceived quality terhadap keputusan pembelian ulang produk sari roti (studi pada konsumen di perumahan gresik kota baru, manyar gresik), *Jurnal Ekonomi*, Vol.5, No.3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Haluole, Kendari, ISSN : 2302-8912

<http://www.topbrand-award.com>

