

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abdullah, Thamrin dan Farancis Tantri 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesatu. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabet, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ash-shiddieq, Fahri Nur Taufik. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser Valentino Rossi Terhadap Brand Image Sepeda Motor Yamaha*. *Jurnal Universitas Telkom*.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan 2010. *Metodologi Penelitian kuantitatif, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya/ Kencana Jakarta*.
- Cahyani, Khoiriyah Indra. Rr. Endang Sutrasnawati. 2016. Pengaruh *Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Management Analysis Journal*. Vol. 5. No. 4.
- Cholifah, Nike. Suharyono, Kadarisma Hidayat. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser Terhadap Brand Image*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 36 No. 1.
- Engel, F James, Roger D Blackwel, Paul W. Miniard. 2014. *Perilaku Konsumen. Jilid 1. Edisi Keenam*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate: Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Damos Sihombing dan Wisnu Chandra K. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ketigabelas, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marselina, Dian. Edward H Siregar. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol. VIII, No 1.
- Mukti, Baskoro ndaru. Yohanes Sugiarto. (2014). Analisis Pengaruh Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Produk Sepatu Olahraga Adidas. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol.3 No. 3.
- Nasution, M. Nur. 2014. *Manajemen Jasa Terpadu. Edisi Revisi Cetakan Kedua belas*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurhayati. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JMBA*. Vol.IV. No. 2.
- Pujiani, Dewi. 2014. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembalut Herbal Merek FC Pada Konsumen Wilayah Karanganyar. *Ekonomi Bisnis & Kewirausahaan*. Vol. III. No. 2.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Measuring Customer Satisfaction (Cetakan Ketiga)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, Djaslim. 2012. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Setiawaty, Melisa. 2015. Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai *Celebrity Endorser* Dalam Iklan Televisi L'oreal *Fall Repair 3x* Terhadap *Brand Image* L'oreal Di Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 3 No.1.
- Shafira, Anastania. Augusty Tae Ferdinand. 2017. Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Keinovatifan Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Serta Citra Merek dan Nilai Utilitarian Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol.6. No.3.
- Shimp, Terence A, 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan promosi*. Salemba Empat: Jakarta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Edisi Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru. Perss.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Swastha, Basu DH dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. edisi kedua cetakan ke-sembila. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi

Wijanarko, Puthud. Suharyono, Zainul Arifin. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 34 No.1.

Yusda, Desi Derina. 2016. Pengaruh Atribut *Credibility* Dan *Attractiveness Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunsilk Clean & Fresh* Pada Konsumen Wanita Di Bandar Lampung. Tesis Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Sumber Internet:

<http://surakartakota.bps.go.id>. (Diakses Pada Hari Selasa 2 Juli 2019, Pukul 20.35)

<https://kumparan.com/@kumparanstyle/wardah-gandeng-amanda-rawles-jadi-brand-ambassador-termuda-1537337064142693093>. (Diakses Pada Hari Kamis 28 Maret 2019, Pukul 21.15)

<https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>. (Diakses Pada Hari Sabtu 9 Februari 2019, Pukul 22.35)

<https://www.wardahbeauty.com/inspiring-women>. (Diakses Pada Hari Kamis 28 Maret 2019, Pukul 21.07)