

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2012. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta
- Augusty, Ferdinand 2014. Metode penelitian Manajemen; pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertasi ilmu Manajemen Semarang: Universitas Diponegoro
- Ernawati, Diah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1)
- Ismayanti, Ni Made Arie & I Wayan Santika. (2017). Pengaruh Celebrity Endorse, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike di Kota Denpasar. *E-jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5720-5747
- Kotler, Philip dan Keller, 2016, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas*, PT Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip. 2012, *Strategi Pemasaran untuk organisasi nirlaba, edisi ke tiga*. Penerbit Gadjah Mada, University press. Yogyakarta
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147.
- Ludiwiyanto, Hendra (2022). Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Nike Di Kota Malang. *Skripsi*. Malang : Universitas UIN Malang.
- Mangkunegara, Anwar prabu. 2015. *Perilaku konsumen edisi Revisi Bandung: Rafika Aditama*.
- Putra, I Ketut Triya Darma & Eka Sulistyawati. (2015). Peran Brand image Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 1722-1734
- Paradis, Windi Setya, Zainul Hidayat & Anisatul Fauziyah. (2020). Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk, dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang). *Journal Of Organization and Bussiness Management*, 2(4), 266- 271
- Rangkuti, F. (2019), *The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek (Plus Analisis Kasus dengan SPSS)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridho, M., & Suharyono. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Brand imagedan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Kartu Prabayar Simpati, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 53(1), 125– 131
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen- pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. (N. WK, Ed.). Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sari, Indri Novita & Hery Prasuhanda Manurung. Pengaruh Celebrity Endorse, Brand image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Dikabupaten Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan).

Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson

Shimp, Terence. 2013. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga

Yazia, Vivil (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Journal of Economic and Economic Education*, 2(2), 165 - 173

