

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jilid 1. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Alfred, O. (2013). Influences of Price And Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*, Vol. 5, No.1.
- Anwar, I. dan Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 4, No. 12.
- Brannan, T. (2005). *Integrated Marketing Communications : Memadukan Upaya Public Relations, Iklan dan Promosi Untuk Membangun Identitas Merek*. Jilid 2. Jakarta : PPM.
- Brata, *et al.* (2017). The Influence of Quality Product, Price, Promotion and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, Vol. 2.
- Djaslim, Saladin. (2003). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Stratejik*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Frontier Consulting Group. (2017). Top Brand Index 2015, 2016 dan 2017 Fase 1. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand_index_2015_fase_1, diakses 8 Desember 2017. Pukul 20.30 WIB.
- Gaspersz, Vincent. (2011). *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Habibah, U. dan Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1 No. 1, pp. 31-48.
- Hair, Black, Babin & Andreson. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall : Upper Saddle River. New Jersey.
- Hendra dan Lusiah. (2017). Impact of Brand Image, Product Quality and Self Efficacy on Purchase Decision on Private Label Rights Products An Empirical Study. *Expert Journal of Business and Management*, Vol.5, No.2.
- Ilmi, N. dan Suwitho. (2016). Pengaruh Faktor Psikologis dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Handphone OPPO. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No. 8.

- Istijanto. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Sixteenth Edition. New Jersey : Pearson.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Fifteenth Edition. England : Pearson Education Limited.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Somerset, NJ, USA : Wiley.
- Lestari, A. I. dan Ruswanti, E. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Pixy. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 2 No. 3.
- Magdalena, P. A, Suharyono dan Mukhammad. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 23, No. 1.
- Mahdi, A. dan Mujahidin. (2014). *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung : Alfabeta.
- Nasehudin, T. S. Dan Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jilid 1. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Naveen dan Padashetty, S. (2017). Effects of Television Ads in Purchase Decision A Literature Review. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, Vol. 3, No.3.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 12. Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta : Mediakom.
- Putra, M. I., Suharyono, dan Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.12 No. 1.

- Rangkuti, F. (2005). *Marketing Analysis Made Easy*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, I. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *International Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 30.
- Rizan, M. *et al.* (2017). The Influence of Brand Image, Price, Product Quality and Perceive Risk on Purchase Decision Transformer Product PT. Schneider Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 8, No. 1.
- Rizki, S. P. dan Mudiantono. (2015). 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). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5 No. 2.
- Ruswanti, Endang. (2015). *Panduan Penulisan Laporan Ilmiah (Atensi Kredibilitas Perusahaan Iklan Dua Sisi Terhadap Niat Beli Jasa Penerbangan Elang Air)*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Salem, A *et al.* (2015). Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction. *Global Journal of Management and Business Research : E Marketing*, Vol. 15 No. Issue. 1.
- Singhdong, P. dan Setyawan, H. (2016). Analysis of Effect of Product Quality, Product Design and Distribution Channel toward Purchase Decision of Soy Milk with ABC Company. *International Journal of Applied Computer Technology and Information System*, Vol. 6 No. 2.
- Srivastava, N. (2017). Advertisement Influence and Purchase Decision of The Consumers in India. *International Research Journal of Engineering and Technology*, Vol. 4, No. 5.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhandang, K. (2010). *Periklanan : Manajemen, Kiat dan Strategi*. Jilid 1. Bandung : Nuansa.
- Sundarapandiyan, *et al.* (2015). A Research on The Influence of Media Advertisements in The Purchasing Decision of Generation Y in Penang Malaysia. *International Journal of Sciences : Basic and Applied Research*, Vol. 21, No. 1.

- Sunyoto, Danang. (2011). *Metode penelitian Untuk Ekonomi*. Cetakan : Pertama. Yogyakarta : CAPS.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Usvita, M. (2013). Pengaruh Iklan dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cream Wajah Pond's Pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Pasaman. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol.1, No.1.
- Wang, F. dan Hariandja, S. (2016). The Influence of brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision a Case of Tous Les Jours In Indonesia. *Journal International Conference on Entrepreneurship*, 2016.
- Wibowo, S. F. dan Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3 No. 1.
- Yulianda, S. dan Handayani, T. (2015). The Effect of Two Aspects Quality Products and Consumers Psychology Toward The Purchase Decision of Samsung Mobile Phone. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6, No. 5.
- Yusiana, R. dan Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ecodemica*, Vol. 3 No. 1.