

DAFTAR REFERENSI

- Abdurachman, U. (2004). Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1).
- Ahmad, J. (2015). *Metode Penelitian Administrasi Publik Teori dan Aplikasi* (1 ed.). Yogyakarta: Gava Media.
- Anindita, R., & Hasyim. (2009). *Prinsip-prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta: UIEU- University Press.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, G., & Belch, M. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. America New York: McGraw-Hill/Irwin.
- eMarketer. (2015). *Google Chrome*. Dipetik maret Senin, 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublishd/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>
- Febriyanti, S., & Wahyuati, A. (Mei 2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(5), 1-18.
- Ferdinand , A. (2006). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Handi, I. (2000). *Google Chrome*. Dipetik Mei 2019, dari Tob Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Hermanto, & Saputra, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus pada PT. Telekomunikasi Indonesia TBK Witel Yogyakarta). *Business Management Journal*, 15(1), 1-11.
- Hermes , T. (2000). *Google Chrome*. Dipetik Mei 2019, dari Seluler ID: <https://selular.id/?s=spesifikasi+smartphone>

- IDC. (2018). *Google Chrome*. Dipetik maret 2019, dari <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP44263418>
- Karundeng , N., Jonny, A., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 83-90.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Manajemen* (14 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro , M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (4 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lestari, I., & Ruswanti, E. (Juni 2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Pixy. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 2(3), 393-406.
- Odyani, N., Saputri, E., & M B A, S. (April 2019). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mayoufit pada Produk Online Shop Bandung). *e-Proceeding of Management*, 6(1), 1044-1049.
- Pardede, R., & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur Path Analysis Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rangkuti, F. (2015). *RISET PEMASARAN* (12 ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Restanti, A., Kusumawati, A., & Devita, L. (Maret 2019). Pengaruh Celebrity endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Zoya Fashion dan Hijab). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 68(1), 28-37.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis dengan SPSS: teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23 ed.). Bandung: ALFABETA.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (September 2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (1 ed.). Bogor: IPB Bogor.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Utarsih, H. (September 2014). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Kartu AS (Studi Kasus pada Penduduk Bandung). *Jurnal ILMAN*, 1(2), 105-112.
- Vivo. (2019). Dipetik Maret 2019, dari <https://www.vivo.com/id/>
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano* (2 ed.). Jakarta Barat: PT INDEKS.
- Wijyaningrum, L., Kusumawati, A., & Nuralam, I. (Juli 2018). The Effect of Celebrity Endorser on Brand Awareness and it's Impact on Purchase Decision (Study on Undergraduate Student User of Oppo Smartphone in Malang City). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(3), 78-86.
- Yulianda, S., & Handayani, T. (October 2015). The Effect of Two Aspects- Quality Products and Consumers Psychology - Toward the Purchase Decisions of Samsung Mobile Phone. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), 203-208.
- Yunita, M., & Elwisam. (Juli 2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk pada Indomaret wilayah Pasar Minggu Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia*, 13(2), 26-36.
- Yusuf, M. (2014). *METODE PENELITIAN Kuantatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. PrenadaMedia.