

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp Terence. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi V. Jakarta : Erlangga.
- Abiromo, Baskorohito. 2014. “Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati”. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Arie, Koko Bowo. Hoyyi, Abdul. Dan Mukid. 2013. “Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen pada Notebook Merek Ace”. *Jurnal Statistika Universitas Diponegoro*. Vol. 2 No.1 pp: 29-38.
- Astria, Puspita Magdalena. Suharyono. Mukhammad. 2015. “Pengaruh Brand Ambassador terhadap International Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung”. *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya Malang*. Vol 23. No 1.
- Ghozali, Imam. 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Harjati, Lily. Olivia, Lusia Sabu G. 2014. “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop”. *E-Jurnal Widya Ekonomika*. Vol 1. No 1.
- Iqbal, Luqman Al Mubarak. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Wardah Cosmetics di Wardah Beauty House Yogyakarta)*, Skripsi. Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta (tidak dipublikasikan).
- Kahle, Lynn R. dan Chung-Hyun Kim. 2006. *Creating Images & The Psychology of Marketing Communication* Routledge. Pshycology Press: Diterjemahkan.
- Kementerian Perindustrian. *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. Melalui: <<http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>> [12/30/17].
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, G. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Keduabelas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi Milenium. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler. P& Keller.K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12, Jilid 1,. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler. P& Keller.K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nuraini, Puti. 2015. “Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Band Noah dalam Iklan Vaseline Men terhadap Keputusan Membeli Produk”. **Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten**.
- Pamudyaning, Shinta Rizki. Mudiantono. 2016. “Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian”. **E-Jurnal Management Undip** Vol.5 No.2 pp: 1-12.
- Royan, Frans M.2004. *Creating Effective Sales Forc*. Jakarta: Andi Offset.
- Schiffman, L.G dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumers Behavior*. Edisi ke 7. New Jersey: Pretince-Hall, Inc.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2010. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES.
- Sugiyono, 2012, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, Basu. 2000. *Azas-azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management* : Mewujudkan Layanan Prima. Edisi I, Yogyakarta.
- Top Brand Index. 2017. Top Brand Award. Melalui <<http://www.topbrand-award.com>> [01/2/18].
- Yolanda, Rilla. Soesanto, Harry. 2017. “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening”. **E – Jurnal Manajemen Undip**, Vol.6, No.4. pp: 1-12.