

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Abdullah, Thamrin. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Akbar M.M. dan N. Parvez, (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal* Vol. 29, No 1 (January-April 2009, pp.24-38).
- Ambadar, Jackie. Abidin Miranty dan Isa Yanty. 2007. *Mengelola Merek*. Yayasan Bina Karsa Mandiri. Jakarta.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Bob Foster. 2016. Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences* Volume 2, 2016, 11 Pages
- Calypra: (2017)*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* Vol.6 No.2
- Durianto, Darmadi. Sugiarto. Budiman Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fianto, Achmad Yanu Alif, Djumilah Hadiwidjojo, Siti Aisjah, dan Solimun. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Journal of Business Management and Strategy*. Macrothink Institute.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. Dawn C. Porter. (2010). *Basic Econometrica. Fifth Edition*. New York : Mc Graw Hill.
- Gumilar, Gumgum. (2015). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung*. Universitas Padjajaran Bandung.
- Kotler, P., 2003. *Marketing Management*. Elevent Edition. USA :Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan. Jilid 1. Terjemahan oleh Alexander. Jakarta: PT. Indeks Indonesia Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. 10th Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason.
- Kotler, Philip and K.L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Penerbit : Erlangga. Jakarta
- Kotler, Phillip. and Keller, K.L. 2009. *Marketing Management*. 13th ed. New Jersey: Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, Philips & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. 10th Edition. "*Marketing an Introduction*". Indonesia: Perason.
- Laksananto, Z. I., Mawardi, M. K., & Administrasi, F. I. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran E-Commerce pada Produk Kosmetik Buatan dalam Negeri di Kota Malang* (Studi Pada PT. Emina Pada Tahun 2017). *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. 64 (2), 11–18.
- Morgan, R. M. and Hunt, S. D. 1994. "*The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*", *Journal of Marketing*, 58 (July):20-38.
- M. Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Parengkuan, dkk.2014.*Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders*.*Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014*, Hal. 1792-1802
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D., (2002). *Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust*. *Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems*, pp. 667-675.
- Rahmawati, Dewi. 2016. "*Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosisal dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Rizan, Mohama; Nauli, Muthya Octariany dan Saparuddin. 2017. *The Influence of Brand Image, Price, Product Quality and Perceive Risk on urchase Decision Tranformer Product PT. Schneider Indonesia*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 8, No. 1, Pp 101- 118.

- Romdonah, Rinda., Fathoni, Azis., Tri Haryono, Andi. 2010. *“Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih)”*. Journal of Product and Brand Management. pp 3279-3951.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen* Ed. 7. Jakarta: Prentice Hall
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. 2000. *Consumers Behavior 7th ed.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Ed.Revisi; Jakarta: Kencana,.
- Setiowati Apriliani Kartika., Widayat dan Jasly By. 2012. *Sikap Online Shopping Dan Niat Pencarian Informasi Terhadap Niat dan Perilaku Belanja.Jurnal Manajemen Bisnis*. 2(1) pp: 3-8.
- Shimp, A. Terrance. 2003. *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alih bahasa oleh Revyani Syahril dan Dyah Anikasari. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Shimp, Terence A, 2003, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- Soehardi Sigit (1999). *Pengantar Metodologi Pendekatan Praktek*. Rineka: Cipta Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, Andriastika, dan Suyono, Joko, 2005, *Analisis Pengaruh Karakteristik Bintang Idola Iklan (Celebrity Endorser) Terhadap Minat Beli Konsumen Sebuah Merek Multivitamin*, Jurnal Fokus Manajerial, Vol.3 No.1, Hal 21-33.
- Tekin, Gokhan; Yiltaz, Sercan; dan Ayaz, Esra. 2016. The Effect of Brand Image on Consumer Behaviour: Case Study of Louiss Vuitton-Moet Hennessy. *International Journal of Academic Value Studies*, 2016/2 (2): 1-24.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta:CV. Andi Offset.
- Van Dijk. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publications.

Wulandari, Ni Made Rahayu. & Nurcahya, I Ketut. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4 (11). 3909-3935.