

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R.N. 2013. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey). *Skripsi*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Aji, Bagus Susilo. (2011). “Pengaruh Asosiasi Merek (Brand Association) terhadap keputusan pembelian” (survey konsumen produk sabun pencuci piring merek sunlight di desa Tegalsari kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang).
- Astuti, R.D., Asmara, R., 2010. Analisis Sikap Dan Norma Subyektif Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Petani Terhadap Pupuk Organik Kemasan. *AGRISE* Volume X No. 2 Bulan Mei 2010 ISSN: 1412-1425.
- Dinawan, M.R. 2010. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Engel. J.F., Blackwell., dan Miniard, P.W. 1995a. Perilaku Konsumen (F. Budiarto, Penerjemah). *Binarupa Aksara*. Jakarta
- Engel F.J. 2001b. *Consumer Behaviour*. 9 th edition. *Harcourt*, Orlando
- Erlangga. Moslehpour, M., Kien, P.V., Danyfista, I. (2014). Differences of customer purchase behavior toward organic rice in Indonesia and Taiwan. *International Journal of Quality and Service Sciences* Vol. 6 Issue: 4, pp.348-368
- Ferrina Dewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heruwati, Eni. (2010). “Analisis Pengaruh daya tarik, kredibilitas, dan keahlian Celebrity endorser terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio (studi pada konsumen PT Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang).
- INDEF. 2017.Kinerja Ekonomi Kuartal Iii Jeblok, Indef: Ini Akibat Pemerintah Remehkan Daya Beli Anjlok. *Berita Islami*. 14 November 2017.
- Kaze V. 2010. The Impact of Customer Value on Purchasing Behavior: A Case on Latvian Insurance Market. *Journal of Economic and Management*. Vol 15
- Kotler, P., Armstrong, G. 1997a. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. *Prehallindo*. Jakarta
- Kotler P. 2000b. *Marketing Management* 9th edition. *Prentice Hall Inc*. New Jersey (USA)
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 1, Terjemahan: Bob Saban: Jakarta.

- Mulyana Mubarak, Mumuh. (2009). "Analisis Asosiasi Merek Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian Konsumen". *Jurnal Ilmiah Ranggading* Volume 9 No 1 hlm. 45-55.
- Nuhfil, N., dan Asmara, R. 2010. Metode Kuantitatif. *Brawijaya Press*. Malang
- Philip, K., Kevin, L.K. 2006. Marketing Management. New Jersey : Pearson Education.
- Pradana, Dimas Aditya. "Pengaruh Iklan, Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Sony Xperia (studi pada mahasiswa konsumen pengguna ponsel android merek Sony Xperia di Kota Malang)". *Jurnal Tidak Dipublikasikan*.
- Rini, E.S. 2012. Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Imagehonda Vario. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 6, No. 1 Jauari 2012 Hal. 1 -12.
- OECD. 2016. Green Growth and Consumer Behaviour.<<http://www.oecd.org/greengrowth/greengrowthandconsumerbehaviour.htm>>[accessed 17.05.16]
- Royan. 2004. Marketing Celebrities.PT. Elex Media Komputindo.Jakarta.
- Schiffman LG, Kanuk LL. 2004a. Consumer Behaviour. *Prentice Hall International, Inc.* USA
- Schiffman, L. G., Hansen, H., & Kanuk, L. 2012b. Consumer behaviour. *Financial Times Prentice Hall*
- Sebayang, Muly Kata & Siahaan Simon Darman (2008). "Pengaruh Celebrity Endorser terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio pada mio automatic club (MAC) Medan". *Jurnal manajemen bisnis* hlm. 117-125.
- Sekaran, Uma. 2006. Research Methods for Business Buku Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, E fry. (2011). "Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, dan Brand Loyalty terhadap keputusan pembelian pada produk pasta gigi "Pepsodent" (studi kasus pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Simamora, Bilson. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. *PT Gramedia*. Jakarta.
- Shimp, T. A. 2003. Periklanan & Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Erlangga*. Jakarta
- Soesatyo, N. Rumambi, L.J. 2013. Analisa Credibility Celebrity Endorser Model : Sikap Audience Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli " Top Coffee". *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-12.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2004). Perilaku Konsumen. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Swasta, Basu dan Sukotjo, Ibnu W. 2000. Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta:BPFE
- Yazia, Vivil. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan terhadap keputusan Pembelian Handphone Blacberry. *Journal of Economic and Economic Education* Vol.2, No.2, 165 – 173.
- Zhou, L. Whitla, P. 2013. How negative celebrity publicity influences consumer attitudes: The mediating role of moral reputation. *Journal of Business Research*. 66 (2013) 1013–1020