

Daftar Pustaka

- Alfadly Dr. Ahmad A. (2016). Improving The Quality of Service Marketing In Kuwaiti Organization. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol 2 No 20.
- Amstrong dan Philip Kotler. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Erlangga.
- Aptaguna, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala*. Vol. 03. ISSN: 2337-7313
- Baskoro N dan Yohanes Sugiarto. (2015). "Analisis Pengaruh Iklan dan *Celebrity Endorser* terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Produk Sepatu Olahraga Adidas" *Diponegoro Journal Of Management* Vol 3 No 3, 2014.
- Benedicka. O (2019). Psikologi Persepsi Visual Pada Iklan Zilinggo Edisi Siapasihlo Pada Media Televisi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*. Vol. 1 dan 2 Februari 2019
- Budi Erlik Budiharja dan Riyono. &. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8 No 2 ISSN : 2252-826.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Denny Daud. (2015). Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan pada PT. BESS Finance Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Hal. 51-59.
- Faine Phoebby, dkk. (2015). Kualitas pelayanan, Promosi dan After Sales Service Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda PT. Nusantara Surya Sakti di Amurang. *Jurnal EMBA*, Vol 2. No3 ISSN 2303-1174.
- Gerard P. Prendergast. (2016). Advertising and Promotion Budgeting and the Role of Risk. *European Journal of Marketing*, 43(11/12), 1457-1476.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumelar, B. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. (<http://eprints.uny.ac.id>), diakses 7 Februari 2018.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasu Pilihan*. Yogyakarta.

- Hening Ary P (2014). Pengaruh Iklan Online Melalui Media Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Studi Manajemen*. Vol 8, No 1,
- Jane G. Poluan, G. G. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA*, Vol.4 No.3 hal. 671-681.
- Keller, dan Kotler. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi !3 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler Philip, Keller oleh Benyamin Molan. (2007). *Menejemen Pemasaran Edisi 12*. PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kusumah, E. P. (2018). Tecnology Acceptance Model (TAM) of Statistical Packcage For the Sosial Sciences (SPSS). *Application. Intergrated Journal of Business and Economic*, 2(1), 1-11.
- Manengal, Cristiani. D. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Esa Genangku (ESACOM) Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3 Hal. 1254-1264.
- Mario Mandagie, J. L. (2014). Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu GSM Tri di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.3 Hal. 1575-1583.
- Pardamean, S. W. (2016). Pengaruh iklan, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kartu simpati di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1.
- Pradipta, Dicho, Kadarisman Hidayat Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian (*survei pada konsumen pembeli dan pengguna kartu perdana simPATI Telkomsel di lingkungan mahasiswa jurusan administrasi bisnis angkatan 2012&2013 fakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya Malang*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 34 No. 1 Mei 2016
- Rambat Lupiyoadi, dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba empat.
- Schiffman dan Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Setiadi J. Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2005). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sulistyo, J. (2010). *6 Hari jago SPSS 17*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indah.
- Susetyarsi dan Rudika Harminingtyas. (2015). pengaruh media iklan dan model iklan terhadap minat beli kosumen pada kopi bubuk siapsaji merek Luwak White Coffe dikota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, Vol 7, No 3 ISSN : 2252-826.
- Teviana, T dan Azhari imam. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Menggunakan Kartu Seluler simPATI (studi kasus mahasiswa jurusan manajemen FE UNIMED). *Jurnal PLANS (Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis)*, 7-15 ISSN 1978-7057.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaraan* . Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Widyana Noor. Aisffa. (2019). Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No 1, Hal 91 – 102