DAFTAR PUSTAKA

Bastian, Alexander Danny: (2014) Analisa Pengaruh Citra Merek (*Brand Image)* dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust)* Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty)* ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No.1, (2014) 1-9.

Gita, devi. dan Setyorini, Retno : (2016). Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* perusahaan online zalora.co.id

Ikhsan Putra, Muhamad dan kawan-kawan: (2014). Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* serta dampaknya terhadap keputusan pembelian (Survey pada pengguna *LINE* di Asia). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 12 No. 1 Juli 2014.

Kusuma, Surya Yohanes: (2014). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* dan *Brand Trust Harley Davidson* Si Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.2, No.1, (2014) 1-11.

Mamahit, Philius dan kawan-kawan : (2015). Pengaruh *Brand Image, Brand Trust*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil *Toyota All New Yaris* Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 05 Tahun 2015.

Parengkuan, Valentine dan kawan-kawan: (2014). Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo *Head And Shoulders* Di 24 Mart Manado. ISSN 2303-1174.

Prawira, R. Yogi dan kawan-kawan : (2012). Hubungan karakteristik *Brand Ambassador Honda Spacy Helm-in* dengan tahapan keputusan pembelian konsumen Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol. 1. No.1 2012.

Rizan, Muhammad dan kawan-kawan: (2012) Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* The Botol Sosro (Survey Konsumen The Botol Sosro Di *Food Court* ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol.3, No.1, 2012.

Saladin, Djaslim : (2010). Manajemen Pemasaran. Ringkasan Aplikasi, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab. Penerbit CV. Agung Ilmu

Soebianto, Albert: (2014) Analisis Pengaruh Faktor-Faktor *Brand Equity* Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Kota Bandung. E-journal Graduate Unpar Part A: Economics Vol. 1, No. 1 (2014) ISSN 2355-4304.

Tumpal, Jimmi : (2015) pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Telkomsel (survey tahapan pelanggan telkomsel di grapari samarinda). eJournal ilmu administrasi bisnis, 2015, 3 (4): 923-937 ISSN 2355-5408.

Umi Narimawati: (2008) . Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi.Bandung.Unikom.

Wibowo, Ferry Setyo, dan Karimah, Puspita Maya: (2012) Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembilian Sabun *Lux* (Survey Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol.3, No.1, 2012.

Wiratmojo, Bambang dan Ellyada: (2013) Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* dan Daya Tarik *Jingle* Iklan Versi Iklan Televisi Terhadap keputusan Pembelian *Magnum Classic* Dikalangan Mahasiswa/i ISI Yogyakarta.

Wulansari, Anette : (2013). Pengaruh *Brand Trust* dan *Received Quality* terhadap keputusan pembelian ulang produk Sari Roti (studi pada konsumen diperumahan gresik kota baru, manyar gresik). Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomer 2 Maret 2013

Wulandari, Ni Made Rahayu dan Nurcahya, I ketut : (2015). Pengaruh C*elebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* terhadap keputusan pembelian *clear shampoo* di kota denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 4, No. 11, 2015: 3909-3935 ISSN: 2302-8912.

Yusiana, Renita. dan Maulida, Rifaatul: (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand Ambassador Pond's* Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran) Vol. III ISSN:2355/0295.

Fiki Chikara Satari: (2013) Usaha kreatif masih berjalan sendiri tersedia di http://bola.kompas.com diakses pada 14/03/2016.

Van der Schaar (2015) *Economy of Indonesia*. Tersedia (http://www.indonesia-investments.com diakses pada 15/03/2016