

DAFTAR PUSTAKA

- Alimul. (2009). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisa Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Anonim. (2014). "Survei Nielsen: Produk Perawatan Pria Semakin menjadi Kebutuhan. Majalah SWA online. <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/survei-nielsen-produk-perawatan-pria-semakin-menjadi-kebutuhan.20/01/2018>.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (cetakan kelimabelas). Jakarta: Rineka Cipta.
- Bramantya, Y. B., Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.3, 1745-1771.
- Debora, Ris., Sulistyowari, L., Musfar, T F. (2014). Pengaruh Keluarga dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetika Khusus Pria Merek Garnier Men (Studi Kasus di Pekanbaru). *JOM Fekon*, Vol.1, No.2, Oktober.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Edisi Ketujuh). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Idayani, L. (2016). Pengaruh Reference Group Dan Brand Awareness Terhadap Buying Interest Smartphone pada Galery Erafone (Giant Suncity Sidoarjo). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kamalkhan, S., Rukhsar, A., & Shoaib, M. (2016). Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention. *Iosr Journal of Business and Management*, Vol.18, Issue 1, Ver.1 06-09.
- Afsheen, & Lodhi, S. (2016). Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Decision: A Case of Karachi. *IJIR*, Vol.2, 102 – 111.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principle of Marketing (Edisi 13)*. United Sates of America : Pearson.
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulder di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2, No.3, 1792-1802.
- Prakoso, H. W., & Sri, I. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria F150. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 15, No. 2, 262-279.
- Putra, F. A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol 3, No. 1.
- Reza, S. A., & Valeecha, S. (2013). Influence of Social Reference groups on Automobile Buying Decision – Research on Young Executives. *Word Review of Business Research*, Vol.3, No.4, Issue 197 – 210.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat, Edisi Revisi, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (5th Edition)*. Unoted Kingdom: John Wiley and Sons Ltd.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L.L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Shareef, M. A., Kumar, U., & Kumar, V. (2008). Role of Different Electronic-Commerce Quality factors on Purchase Decision: A Developing Country Perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, 9. 2.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion & Other Aspects of Integrted. Marketing Communication, 8th Edition*. Canada: Nelson Education, Ltd.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2014). *Pengetahuan produk, menurut kutipan Buku Perilkau konsumen*. Edisi Kedua. Bogor: Ghaila Indonesia.
- Sukma., Nurcahya, I. K., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men’s Biore. *E-Jurnal Unud*, Vol.5, No.7, 4016-4043.
- Tabachnick, B. G., dan Fidell, L. S (2007). *Using Multivariate Statistics (5th ed.)*. California: Pearson Education Inc.

Wiguna, & Suyoto, A. (2016). Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Ekuitas Merek dan Daya Tarik Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi* Vol.16, No.2, 262-270.