

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, A., Mir, F. A., & Farooq, O., 2012. Effect of celebrity endorsement on customers' buying behavior; A perspective from Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5), 584–592.
- Azwar, Saifuddin. 2008. *“Reliabilitas dan Validitas”*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- A Shimp, Terence., 2007. *“Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)”*. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga, 2007.
- Bilson., Simamora., 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Buchari, Alma, 2009., *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta.
- Cindy, C,O, S.,Mariam, S., Jefri,W, L., 2015. *Pengaruh Endorser Dian Sastro Iklan Zwitsal terhadap pembelian produk pada toko swalayan di koya Manado. e-journal “Acta Diurna” Volume IV. No.3. Tahun 2015*
- Darmadi Durianto, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Delvi, M., 2017. *Analisis Pengaruh Credibility Celebrity Endorser terhadap Purchase Luwak White Koffie*”.(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- eitzal Rivai. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fayol, Henry.(2010). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT. Elex Media
- Farhat, R., & Mustafa, B. (2011). *Celebrity Endorsement : A Congruity Measure of Personalities. Research on Humanities and Social Sciences*, 1(1), 30–39.

- Femia, L., *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap minat beli konsumen pada produk fashion yang diiklankan melalui*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
- Wijaya, A, Finna., Sugiharto, S., 2015. *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase intention dengan Brand Image sebagai variabel (Studi kasus iklan produk Pond’s)*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 9, No. 1,
- Ghozali, Imam, 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, Edisi keempat, Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Hapsari, A., 2008. *Analisis Perbandingan Penggunaan Celebrity Endorser dan Typical - Person Endorser Iklan Televisi dan Hubungannya dengan Brand Image produk*.
- Heruwati, E., 2010. *Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi Pada Konsumen PT. Harindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang*
- Kotler, Philip, Kevin Lane. 2008. “*Manajemen Pemasaran*”. Edisi ke-12, Jilid 2 terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary armstrong, 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2012. *Dasar -Dasar Pemasaran* Jilid 1. Edisi 10. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lidyawatie., 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

- Mahda, S., 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser Onlineshop di Instagram terhadap Citra perusahaan Ladyafameshop*. Lampung : Unniversitas Lampung
- Melisa, S., 2015. *Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand Image L'oreal Di Surabaya*. Jurnal E-Komunikasi Vol 3.No. 1 Tahun 2015.
- Natalia, S., Leonid, J, R., 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
- Nia, B, U., 2015. *Pengaruh Citra Selebriti Endorser iklan sampo Zinc pada sikap kepada iklan, sikap kepada merek dan Minat Beli konsumen*. (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta).
- Ninditasari, A., 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap niat beli konsumen Smartphone Oppo*.
- Pratiwi, L, Andi.,2016. *Pengaruh penggunaan celebrity Endorser terhadap minat beli konsumen*.
- Priandaru, R., F., 2012. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap minat beli konsumen yang dimediasi oleh sikap beli* (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Matic Yamaha Miodi Yamaha Mataram Sakti Purworejo)
- Reo, S., 2008. *Pengaruh Attractiveness, Trustworthiness, expertise dan Power Model Iklan Terhadap Niat beli ulang*. (Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Pemakai dan Pemirsa-Iklan Rokok Star Mild)
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing celebrities*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Rora., Amishi., dan Sahu, K., 2014. *Tears Model: A Company Should Use For Celebrity Endorsement*. *International Journal of Applied Services Marketing Perspectives*. Vol. 3. No. 1. Diakses tanggal 20 Februari 2016.

- Satria, A, W., 2015. *Pengaruh Merek dan Desain terhadap minat beli (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan)* Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Sasetyo, S. A., Nawawi, H., & Rondonuwu, R., 2012. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent*, 1(1), 1–19.
- Sebayang & Siahaan. (2008). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatic Club (MAC) Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis. Volume 1. No. 3. Halaman 117
- Shimp, Terence. A, 2003. “*Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*”, Jilid 1, Alih Bahasa Revyani Sjahrial dan Anikasari, PT. Erlangga. Jakarta.
- Shimp. Terence, A. (2007). *Integrated Marketing communication in advertising*
- Sugiyono, 2008. “*Metode Penelitian Bisnis*”, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, T , Anita., 2012. *Pengaruh Endorser pada media sosial Instagram terhadap perilaku pembelian.*
- Widyatama, Rendra. (2008). *Pengantar periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

<http://youtu.be/okF5uQ2heTo>



