



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Ali., Farhan Azmat Mir, Omer Farooq, (2012), 'EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON CUSTOMERS' BUYING BEHAVIOR; A PERSPECTIVE FROM PAKISTAN', INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS COPY RIGHT © 2012 Institute of Interdisciplinary Business Research 584 SEPTEMBER 2012 VOL 4, NO 5, diakses 9 April 2017, <http://journal-archieves23.webs.com/584-592.pdf>.
- Belch, George E., Michael A. Belch (2015), *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective*, Edisi 10, Global Edition, McGraw-Hill Education – Europe.
- Cooper, Donald R. Dan Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi Kedua Belas, International Edition, New York: Mc Graw Hill Irwin.
- Durrani, Baseer Ali., Danish Iqbal Godil, Mirza Uzair Baig, Sana Sajid, (2015), 'IMPACT OF BRAND IMAGE ON BUYING BEHAVIOUR AMONG TEENAGERS ', European Scientific Journal February 2015 edition vol.11, No.5 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431, diakses 9 April 2017, <https://www.scribd.com/document/305838282/5182-14987-1-PB>
- Fianto, Achmad Yanu Alif., Djumilah Hadiwidjojo, Siti Aisjah, Solimun, (2014). 'The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust ', Business Management and Strategy ISSN 2157-6068 2014, Vol. 5, No. 2, diakses 9 April 2017, <http://www.macrothink.org/journal/index.php/bms/article/view/6003>
- Hasan, Ali (2014) : *Marketing dan Kasus Kasus Piliannya* , Jakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Kotler, Armstrong (2008) : *Manajemen Pemasaran* , Edisi Kedua Belas, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler, Keller (2012) : *Manajemen Pemasaran* , Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Terjemahan, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler, Keller (2016) : *Marketing Management* , edisi 16 , Global Edition, USA: Pearson.
- Prabowo, Yanuar Widi., Suharyono, Sunarti, (2014), ' PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang)', Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 14 No. 2 September 2014|, diakses 9 April 2017, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/594>.
- Priyatno Duwi (2014), SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis, edisi 1, Yogyakarta : ANDI.
- Sertoglu Aysegul Ermeç., Ozlem Catli, Sezer Korkmaz, (2014), ' Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey ', International Review of Management and Marketing Vol. 4, No. 1, 2014, pp.66-77 ISSN: 2146-4405, diakses pada 9 April 2017, <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423904541.pdf>

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Dilarang mengizinkan kepada pihak ketiga untuk melakukan kegiatan yang dapat merusak, mendegradasi, menyalahgunakan, atau mendistribusikan kembali karya tulis ini. Dilarang menyalahgunakan, atau mendistribusikan kembali karya tulis ini untuk tujuan komersial apa pun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengizinkan kepada pihak ketiga untuk melakukan kegiatan yang dapat merusak, mendegradasi, menyalahgunakan, atau mendistribusikan kembali karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Shimp, Terence. A. (2014), *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Edisi 8, Terjemahan oleh Harya Bhima Sena, Fitri Santi, Annisa Puspita Dewi, Jakarta, Salemba Empat

Suliastyari, Ikanita Novirina & Yoestini, 2012, '*Analisis Pengaruh Cita Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame*', vol.1, no.1, diakses 12 Juli 2017, <http://eprints.undip.ac.id/35772/1/SULISTYARI.pdf>

Warungasep (2017), '*Data Aisi Tahun 2016 : Dari Total Distribusi 5.931.285 Unit, 4 juta Unitnya Dikuasai Ya Honda*', diakses 27 Februari 2017, <http://warungasep.net/2017/01/11/data-aisi-tahun-2016-dari-total-distribusi-5-931-285-unit-4juta-unitnya-dikuasai-ya-honda/>

Wijaya, Bambang Sukma, 2013, '*Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*', *European Journal of Business and Management*, Vol.5 No.31, diakses 5 Juli 2017, <http://repository.bakrie.ac.id/153/1/KOM-Artikel-007%20Dimensions%20of%20Brand%20Image%20A%20Conceptual%20Review.pdf>