

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2013). Bauran Promosi (marketing mix) menurut Kohler. Tugas kuliah online 18 juli 2013. diakses dari <http://tutorialkuliah.blogspot.com/2009/12/bauran-promosi-promotion-mix-menurut.html>
- Astuti, D. W dan Rini, E. S (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 6, No. 1 Januari 2012 Hal. 1 - 12
- Atom (2013). Definisi Komunikasi Pemasaran Menurut Ahli. Definisi Menurut Para Ahli 25 Mei 2013. diakses dari <http://definisiahli.blogspot.com/2013/05/definisi-komunikasi-pemasaran-menurut-ahli.html>
- Ayu, S. D (2009). Objek dan Metode Penelitian. Diakses dari http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/542/jbptunikompp-gdl-srideviayu-27080-6-unikom_s-i.pdf
- Budianas (2013). Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix) diakses dari <http://nanangbudianas.blogspot.com/2013/02/pengertian-bauran-pemasaran-marketing.html>
- Duwi (2011). Analisis Regresi Linear Berganda. Duwi Consultant. Diakses dari <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linier-berganda.html>
- Ghozali, Imam (2007). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Cetakan IV, Badan Penerbit Universitas Diponogoro 2007.
- Giyanti, S (2010). Hubungan Celebrity Endorser Anggun Pada Iklan Shampoo Pantene Versi 3 Minute Miracle Terhadap Minat Beli Konsumen. Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta 2010 (tidak dipublikasikan).
- Hengky (2011). Pengaruh Penggunaan Selebriti Endorser “Agnes Monica” Terhadap Citra Merek Pada Periklanan Minuman Isotonik Vitazone. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Indriani (2012). Populasi, Sampel & Teknik Sampling. Academia.edu. Diakses dari http://www.academia.edu/5036760/Populasi_Sampel_and_Teknik_Sampling
- Kuning (2013). Pengertian Minat Beli. Minat Beli Kantin Kuning Media Informasi. Diakses dari <http://kantinkuning.blogspot.com/2013/12/minat-beli.html>
- Leedy and Ormrod. Practical Research: Planning and Design Research Edisi 8 [2005]. Ohio : Pearson Merrill Prentice Hall. Page 145-187

- Lestari (2010). Pengaruh Celebrity Endorser (Rffi Ahmad) Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL (Suatu Survei Pada Pengguna Kartu XL Di Kelurahan Gegerkalong). Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pasundan Bandung (Tidak dipublikasikan).
- Nachmias, D & Nachmias, C . Research Methods in the Social Sciences, Third Edition, New York: St. Martin's Press, 1987, page. 10-15
- Rahmawati, N (2013). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Madi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi, 2013, 1 (1): 362- 373
- Santosa (2014). Skripsi Manajemen : Analisis Penggunaan Selebritis Sebagai Endorser Terhadap Brand Assosiation Produk Tolak Angin Sido Muncul. Diakses dari <http://skripsiskripsi1.blogspot.com/2014/07/skripsi-manajemen-analisis-penggunaan.html>
- Sekaran, Uma (2006). Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Edisi 4, Buku 2, Salemba Empat 2006.
- Siregar (2011). Pengertian Data. Academia.edu. Diakses dari http://www.academia.edu/4517858/Pengertian_Data
- Soesatyo, N dan Rumambi, L. J (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
- Stephanie, Rumambi, dan Kunto (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-9
- Utami (2011). Pengaruh Citra Selebriti Endorser Iklan Sampo Zinc Pada Sikap Kepada Iklan, Sikap Kepada Merek dan Minat Beli Konsumen. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta (tidak dipublikasikan).
- Ondyx (2013). Pengertian Prilaku Konsumen Menurut Para Ahli. diakses dari <http://ondyx.blogspot.com/2014/02/pengertian-perilaku-konsumen-menurut.html>
- Prasetio (2012). Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Smartblog 23 Januari 2012. diakses dari <http://bukkanmike.blogspot.com/2012/01/bauran-pemasaran-marketing-mix.html>
- Wahyono (2013). Selebriti Sebagai Endorser Produk Dalam Periklanan. Pendidikan ekonomi 20 Februari 2013. diakses dari <http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/selebriti-sebagai-endorser-produk-dalam.html>

Wicaksono, D.P (2013). Bauran Promosi. Tugas Kuliah Blog mahasiswa Universitas Brawijaya 18 Februari 2013. diakses dari <http://blog.ub.ac.id/danielphewhe/2013/02/18/bauran-promosi-menurut-kotler/>

Wikipedia (2014). Penelitian eksplanatori. Wikipedia 5 Desember 2014. Diakses dari http://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_eksplanatori

Wulan, R (2012). Pengaruh Celebrity Endorser Dalam Iklan Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Pada Iklan Olay). Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta (tidak dipublikasikan).