

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kiswalini & Nurcahya. (2014) Pengaruh *celebrity endoser, brand image*, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Universitas Udayana Bali.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Andini. (2010). Analisis pengaruh pemanfaatan *endoser, brand image* , dan *trust* terhadap keputusan pembelian suatu produk.
- TOP Brand index permen mint th 2013. Diakses pada 10 Oktober 2015, dari <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/2013>
- TOP Brand index permen mint th 2014. Diakses pada 10 Oktober 2015, dari <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/2014>
- Kartajaya, Hermawan (2009). *Markplus Basics*. Jakarta : esensi erlangga group.
- Aaker, David A (1991). *Managing Brand Equity*. San Francisco : Free Press.
- Parengkuan, tumbel & wenas (2014). Analisis pengaruh *brand image* dan *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk shampoo head n shoulders di 24 mart manado.
- Kotler, Phillip & Gary, Armstrong (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip & A.B Susanto (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, buku1. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Ed12. Jilid 2. Jakarta : PT index.
- Bungin, Burham (2011). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen*. Jakarta : Kencana.
- Susanto & Wijanarko, Himawan (2004). *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta : PT. Mizan.
- Kotler, Phillip (2005). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan jilid 2. Edisi bahasa Indonesia. Jakarta : PT. Indeks.
- Schiffman & Kanuk (2008). *Consumer Behavior*. Edisi 7. Jakarta : PT. Indeks.
- Keller, K.L (2003). *Building Measuring and Managing Brand Equity*, 2th ed. Canada

: Prentice hall.

- Mowen, C. Jhon dan Michael Minnor (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima. jilid1. Jakarta : PT.Penerbit Erlangga.
- Simamora, bilson (2003). *Menangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari, alma (2002). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan keempat. Bandung : Penerbit alfabeta.
- Salim, bachri (2014). *Pengaruh celebrity endoser terhadap keputusan pembelian produk diindonesia (penelitian online)*.
- Sulistiyawati (2011). *Analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek acer dikota semarang*.
- Sugiyono (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Panduan Penyusunan Tugas Akhir Kurikulum 2014. Bandung : Tim maranatha
- Augusty Ferdinand (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J. Supranto (2003). *Statistik teori dan aplikasi*. Edisi 5. Jakarta : Erlangga.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Fifth edition. US : prentice-hall international, inc.
- Husein ,Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I.(2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Andini, Putri (2010). *ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN TRUST / KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUATU PRODUK (Studi kasus pada Mahasiswa UIN Jakarta Tolak Angin Cair)*. Skripsi. Jakarta : fakultas ekonomi bisnis UIN
- Ndaru murti, Baskoro (2014). *ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP CITRA MEREK DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PADA PRODUK SEPATU OLAH RAGA ADIDAS*. Skripsi. Semarang : fakultas ekonomi dan bisnis UNDIP.