

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Belch, George, E, & Belch, Michael, A. (2009). *Advertising And Promotion: An Intergrated Marketing Communication Perpective*. 8th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Bramanty, B, Yan, & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.5, No.3, hal 1745-1771.
- Cholifah, N, Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei Pada Kosmetik Wardah Di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 36, No. 1, hal 170-177.
- Ishak, Asmai. (2008). Pengaruh Penggunaan Seleberiti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 12, No. 2, Halaman: 71 – 78.
- Kotler, P, & Gary, Armstrong. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. Dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Nuraini, A, & Maftukhah, I. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*. ISSN. 2252-6552, hal 171-179.
- Riadi, M. (2016). *Pengertian, Tujuan, Jenis & Faktor yang Mempengaruhi Penjualan*.
- Sari, P. Dini & Djatikusuma, S. Edin. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi Terhadap Brand Image Produk Mie Sarimi*. Hal 1-9.
- Schiffman, G., Leon, & Kanuk, L, Lazar. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sofyan, M.D. (2015). Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Banjarmasin Tengah. *KINDAI*. Vol 11, No 2.
- Sugiono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2006). *Strategi Riset*. Yogyakarta: Andi.

SWAOnline. (2015). *Promosi Dengan Menggunakan Selebriti Memberikan Stimulus Untuk Menimbulkan Minat Beli Seseorang Terhadap Suatu Produk*.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen dan Strategik Merek*. Yogyakarta: Andi.

