

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Augusty Ferdinand, (2006), “Metode Penelitian Manajemen”, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ajeng Peni Hapsari. 2008. Analisis Perbandingan Penggunaan Celebrity Endorser dan Typical-Person Endorser dan Hubungannya Dengan Brand Image Produk. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.1X,No.1*
- AMA Committee on Definitions (1960), *Marketing Definitions: A Glossary of Marketing Terms*. Chicago: AMA.
- Armstrong dan Kotler. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Intermedia
- Assauri. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpada*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Basu Swastha DH., 1994. *Asas-asas Marketing*, Cetakan Ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Belch, George E., Michael A. Belch. 2001. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. Fourth Edition. Boston: McGraw Hill
- Belch, George & Belch, Michael. 2004. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. 6th ed. Newyork :Mc Graw-Hill.
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, 8 th Edition. New York: Pearson Education
- Biehal, stephen, Debra and Curlo, Elenora (1992). Attitude toward the ad brand choice. *Journal of Advertaising*.
- Catur, Rismiati.E. dan Ig. Bondan Suratno. 2001, *Pemasaran Barang dan Jasa*. Cetakan Pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta
- Clark, Robert C. and Horstman, Ignatius J. (2003) *Celebrity Endorsents* ([www.bu.edu/ e.con/seminar/micro/pdffav](http://www.bu.edu/e.con/seminar/micro/pdffav)) celebendorse.bu.pdf “Is celebrity advertising effective Business Standards” Dec 05, 2003

- Danang, Sunyoto. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru. http://repository.upi.edu/17628/4/S_MBS_1001311_Bibliography
- Duncan, Tom, Principles Of Advertising and Komunikasi Pemasaran Terpadu, 2nd edition (New York : McGraw-Hill, 2002)
- Durianto, Darmadi, dkk. 2003. Inovasi Pasar Dengan Iklan Efektif. Jakarta; Cetakan Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono, 2002 ,Manajemen Jasa, Penerbit ANDI YOGYAKARTA
- Friedman, H. H. and Friedman, L. (1979). Endorser Effectiveness by Product Type. Journal of Advertising Research,
- Heda, N. S. R. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan brand image terhadap sampo. Retrieved from http://eprints.uny.ac.id/48999/1/NaufalSaverorakhaHeda_12808144039.pdf
- Heruwati, E. (2010). Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio, (61). Retrieved from http://eprints.undip.ac.id/23069/1/skripsi_Pdf.pdf
- Indriani, E. (2017). Sejarah Dan Perkembangan Instagram. *Sejarah Dan Perkembangan Instagram*. Retrieved from ilmuti.org
- Kambitis Chris, Yvonne. Harahousou, Nicholas Theodorakis, and Giannis Chatzibeir
- (2002), "Sports advertising in print media: The case of 2000 Olympic games," Corporate communication" :An International Journal, 7(3), 155-161.
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler Philip. 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. Marketing Management 14th edition. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Maharani, K., & Totoatmojo. (2015). The Celebrity Endorser (Selebgram) Effect

Toward Purchase Intention On Instagram Social Media. *ASEAN/Asian Academic Society International*, 71–78. Retrieved from <http://aasic.org/proc/aasic/article/view/246>

Menon, M.L.Boons and H.Rogers, “Celebrity Advertising: An assessment or relative effectiveness” Mimeo 2001

M. Suyanto. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy* (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

Philip Kotler.1993.*Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: PT Rosdakarya.

Prawira, A. 2010. *Metodelogi Penelitian Jilid 1*. Jogyakarta: PT Grasindo.

Rateni, Prachi (2005), “Riding the wave,” *Brwach*. Hindustan Times Jan30, 2005.

Pg.4-10

Schlecht, Christina. 2003. *Celebrities’ Impact on Branding* .Januari .www.globalbrands.org.

Schiffman & Lazar Kanuk. 2000. *Customer Behaviour*. International Edition. Prentice Hall Inc.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK

Selang, C. A. D. (2013). ISSN 2303-1174 Christian A.D Selang, Pengaruh Bauran Pemasaran... *BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO*, 1(3), 71–80. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1374/1085>

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

