

## DAFTAR PUSTAKA

- Aysegul, Sertoglu, E., Catli , O., & Korkmaz, S. (2014). Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey. *International Journal of Management and Marketing*.
- Bimal, A., Dhanda, D. K., & Nagra, S. (2012). Impact Of Celebrity Endorsed Advertisiments on Consumers. *Asia Pasifk Journal of Marketing and Management Review*.
- Bram, Y. F. (2005). Analisis Efektivitas Iklan sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT. Rambang dengan Menggunakan Metode EPIC Model. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*.
- Cannon, J. P., Perault, W. D., & McCarthy, E. J. (2009). *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dinda, A., Rara, D., & Irwansyah. (2018). Efektivitas Iklan Youtube Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian (Studi EPIC Model pada Iklan YouTube “Saat Memesan Tiket Pesawat Tak Lagi Ribet” pada Karyawan di Jakarta). *Jurnal Demandia*.
- Dinny, P. S., & Djatikusuma, E. S. (2012). Pengaruh Celebrity Endoser Ayu Ting-ting dalam Iklan Televisi terhadap Brand Image Produk Mie Sarimi. *Journal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Pradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Indriani, F., & Hendiarti, D. (2009). Studi Mengenai Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Ishak, A. (2008). Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*, 71.
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitaif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Group.
- Jagadeesh, Prakash, & Shamala,R. (2014). Sport Celebrity Endorsements on TV and its Impact on Youth. *International Journal of Humanities and Sosial Science Invention*.

- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management*. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, . K. (2012). *Marketing Management. 14th Edition*. Boston: Pearson International Edition.
- Lestari, A. I., & Ruswanti, E. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Pixy. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Martini, L. K. (2017). ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI NINJA 250CC. *Jurnal Manajemen*.
- Matsunaga, M. (2010). How to factor-analyze your data right: do's, don'ts and how-to's. . *International journal of psychological research*, 97-110.
- Maya, N. A. (2010). Pengaruh Pemakaian Endoser dalam iklan televisi melalui kepribadian merek dan implikasinya terhadap citra merek pembalut wanita charm. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Menperin Apresiasi Perkembangan Industri Otomotif Indonesia*. (2017, Agustus 10). Diambil kembali dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/17959/Menperin-Apresiasi-Perkembangan-Industri-Otomotif-Indonesia>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, A. H. (2008). *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nugroho, A. (2005). *Strategi Jitu memilih Metode statistic Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Pallant, J. (2007). *SPSS Survival Manual A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows*. Australia: McGraw-Hill Education-Open University Press.
- Riezebos, R. (2003). *Brand Management : A Theoretical and Practical Approach*. Graningen: Prentice Hall.
- Rini, E. S., & Astuti, D. W. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Selebritis, Selebritis dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanusi, A. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*,. Jakarta: Salemba Empat.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley dan Sons.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Setyowirasti, A. (2017). STUDI TENTANG EFEKTIVITAS IKLAN DAN EKUITAS MEREK UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SABUN LUX DI JAWA TENGAH. *Journal of Management and business Review*.
- Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayu Media.
- Suyasa, S. U., Istri, C., & Suryani, A. (2013). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endoser Anggun Cipta Sasmi Terhadap Brand Image pada Iklan Produk Shampoo Pantene di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen*.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistic (5th ed)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Ul-Ain, Z. Q., & Rafique, M. (2011). Impact of Celebrity Advertisement on Customers' Brand Perception and Purchase Intention. *Asian Journal of Business and Management Sciences*.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis edisi Kedua*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Widananto, H. (2017, Februari 18). *Suzuki GSX-R150 dan GSX-S150 resmi di rilis, Siap Mendominasi!* Diambil kembali dari Blogotive: <https://www.blogotive.com/suzuki-gsx-r150-dan-gsx-s150-resmi-di-rilis>
- Wiryawan, D., & Pratiwi, A. (2009). Analisis Pengaruh Selebriti Endorser terhadap Brand Image pada Iklan Produk Kartu Prabayar XL Bebas di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Berkala Empat Bulanan*.
- Yoestini, & Eva, S. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Pemasaran*.

Zohra, S. (2013). Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchase-A Study for Pune Region of India. *International Journal of Research in Business Management*.