

KEPUSTAKAAN

- Aaker, David A. (1997). **Manajemen Ekuitas Merek. (Alih Bahasa: Aris Ananda)**. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Alfian B. (2012) **Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman**. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin.
- American Marketing Association yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller.
- Ankasaniscara, P. **Analisis Pengaruh *Celebrity endorsment* pada *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus: Peter Says Denim. Universitas Indonesia**. <http://custumerbuying.studentjournal.ub.ac.id>. Diakses tanggal 25 Juni 2014. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). **Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek**. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Costabile, M., Raimondo, M.A., Miceli, G. (2002) **A Dynamic Model of Customer Loyalty. Proceodings of the 31st Annual Conference of the European Marketing Academy**.
- Delgado-Ballester, Elena and Munuera-Alema, J. L. (2001), **Does Brand Trust Matter to Brand Equity?**. Journal Of Product and Brand Management.
- Dewi, Ni Nyoman Ayu Suri Tri Cahyaning dan I Gusti Agung Ketut Gede Suasana (2013). **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Materialisme Terhadap Loyalitas Merek Penggunaan Produk Apple di Kota Denpasar**.
- Emmy Supariyani, Hj, Jan Horas V Purba dan M. Rangga, (2006). **Pengaruh endorser pada media iklan televisi terhadap Citra Produk**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Ghozali, Imam (2005). **Metode Penelitian**. Jakarta: PT Gramedia
- Gujarati, Damodar (2003) **Basic Econometrics (Ekonometrika Dasar)**.
- Gurviez, Patricia & Korchia, (2002). **Recherche et Applications en Marketing**.
- Hendra, Jayusman. 2012. **Pengruh *Promotion mix* terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Bank (Studi Kasus padaBPR Marunting**

BatuAji Kabupaten Pangkalan Bun) Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi.

Henslowe, P. (2008). *Public Relations, A Practical Guide To The Basics*. Kogan Page Ltd, USA.

Ihsan, Hafiz. (2011) **Aktivitas Komunikasi Pemasaran dan Minat konsumen (Studi Kolerasi Pengaruh Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Membeli Telkomsel Flash Unlimited Corporate di Kalangan Karyawan di PT. Pertamina (PERSERO) Unit Pemasaran 1 Medan)**. Skripsi, Medan: Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosoal dan Ilmu politik Universitas Sumatera Utara.

IDC (*International Data Corporation*) 2016.

Kartajaya, Hermawan. (2004). **Hermawan Kartajaya on Brand**. Bandung: Mizan Pustaka.

Kausar Hayat, Muhammad Ghayyur & Arshid Zia Siddique, (2013). **The Impact of Consumer Perception Based Advertisement and Celebrity Advertisement on Brand Acceptance: A Case Study of the Peshawar Market**. *Journal of Managerial Sciences*.

Kotler Philip dan Amstrong, (2008). **Prinsip-Prinsip Manajemen, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA.**, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2012). **Marketing Management 13**. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Lau, G.T. and Lee, S.H. (1999). **Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty**, *Journal Of Market Focused Management*, Vol.4, pp. 341-70

Nurmalita, Maya Anggraeni, (2010).**Pengaruh Pemakaian Endorser dalam iklan televisi melalui kepribadian merek dan implikasinya terhadap Citra Merek Pembalut Wanita Charm**. *Jurnal bisnis dan Ekonomi*.

Moorman, R.H., Blakely, G.L., (2010). **Does Perceived Organizational Support Mediate the Relationship between Procedural Justice and Organizational Behavior**. *The Academy of Management Journal*.

Nur Rahmawati, (2013). **Pengaruh penggunaan Celebrity Endorsesdalam iklan Sabun Mandi Lux terhadap prilaku konsumen dikelurahan Sungai Dama Samarinda**. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- Qurat Ul-Ain Zafar and Mahira Rafique, (2011). **Impact of Celebrity Advertisement on Customers' Brand Perception and Purchase Intention**. Asian Journal of Business and Management Science.
- Rangkuti, F. (2013). **The Power of Brand**. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rian Herdiani, (2012). **Pengaruh celebrity endorser, citra merk Rabbani terhadap keputusan pembelian konsumen**. Jurnal Bisnis dan Ekonomi.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. (2004). **Perilaku Konsumen**. Jakarta: PT Indeks
- Shimp, T.A. (2003). **Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran** Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Edisi Kelima Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Shultz, Philip William J. (2012), Dalam B buku Prof. Dr. H. Buchari Alma, “Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”.
- Simamora, Bilson. (2001). **“Remarketing for Business Recorvery, Sebuah Pendekatan Riset”**. Jakarta: Gramedia PU
- Sivesan, S, (2013). **Impact of Celebrity Endorsement on Brand Equity in Cosmetic Product**. International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences.
- Sugiarto, dkk. (2001). **Teknik Sampling**. Jakarta. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2010). **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : CV Alfabeta.
- Tjahyadi, (2010). **Pengaruh Relationship Marketing Terhadap kepuasan dan Loyalitas Nasabah**.
- Umar, Husein. (2003) **Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**, Edisi Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wulandari & Nurcahya (2015). **Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian**.
- Zohra Sabunwala, (2013). **Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases A Study for Pune Region of India**. International Journal of Research in Business Management.