



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metedologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Cetakan ke-3*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Belch, George E., Michael A. Belch. 2001. *Advertising & Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. Fourth Edition*. Boston : McGraw Hill.

Belch, George E., Michael A. Belch. 2004. *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*, sixth edition. New York: McGraw-Hill.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer. Gramedia

Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management*. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

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

Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition*. New Jersey: Pearson.

Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi. Cetakan ke-6.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Monroe. 2003. *Pricing Making Profitable Decision.* New York: The Mc Graw-Hill Companies, Inc.

Mulyana Deddy, M.A., Ph.D. 2010. *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Rosda.

Morrisan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Kencana.

Rangkuti, Freddy. 2004. *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis.* Jakarta: Grafindo Persada.

Royan, Frans M. 2005. *Marketing Celebrities.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi.* Jakarta: Erlangga.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan dan Promosi.* Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2009. *Statistik Untuk Penelitian. Cetakan ke-15.* Bandung: ALFABETA.

Jurnal :

Agusli, Devonalita dan Kunto, Yohanes Sondang. 2013. *Analisis Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 1, No.2, pp.1-8.

Boonghee, Yoo dan Naveen Donthu. 2001. *Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale*. *Journal of Business Research*. Vol.52, pp.1-14.

Erdem, Swait dan Louviere. 2002. *The Impact of Brand Credibility on Consumer Price Sensitivity*. *International Journal of Research in Marketing*. Vol.19, pp.1-19.

Erdem, Tulin, Joffre Swait. 2004. *Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice*. *Journal of Consumer Research*. Vol 31, No. 1, pp. 191-198.

Fayrene, Chieng dan Goi Chai Lee. 2011. *Customer Based Brand Equity: A Literature Review*. *International Refereed Research Journal*. Vol. II, pp.33-42.

Gunawan, Fitri Anggaraini dan Dharamayanti, Diah. 2014. *Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 2, No.1, pp.1-14.

Knox, Simon dan David Walker. 2001. *Measuring and Managing Brand Loyalty*. *Journal of strategic management*. Vol. 9, pp. 111-128.

Kurniawan, Fransisca Juanda dan Kunto, Yohanes Sondang. 2014. *Analisa Pengaruh Visiblity, Credibility, Attraction, Dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1, pp.1-8.

Low, George S. Dan Charles W. Lamb Jr. 2000. *The Measurement and Dimensionality of Brand Associations*. *Journal of Product & Brand Management*. Vol.9 N6, pp.350-368.

Setiawaty, Melisa. 2015. *Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3X Terhadap Brand Image L'oreal Di Surabaya*. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*. Vol.3 No.1.

Roy, Rajat dan Ryan Chau. 2011. *Consumer-Based Brand Equity and Status Seeking Motivation For a Global Versus Local Brand*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol.23 No.3, pp.270-284.

Spry, Pappu dan Cornwell. 2009. *Celebrity Endorsement, brand credibility and brand equity*. *European Journal Of Marketing*. Vol.45 No.6, pp.882-909.

Tsiotsou, Rodoula. 2005. *Perceived Quality Level and their Relation to Involvement, Satisfaction, and Purchase Intention*. *Marketing Bulletin*. marketing-bulletin.massey.ac.nz/v16/mb_v16_n4_tsiotsou.pdf. Diunduh pada 11 April 2016.

Waldt, DLR van der, M van Loggerenberg & L Wehmeyer. 2009. *Celebrity endorsements versus created spokespersons in advertising: A survey among*

students. South African Journal of Economic and Management Sciences. NS.12
No.09

Skripsi :

Ankaniscara, Palangan. 2012. *Analisis Pengaruh celebrity endorsement pada brand image terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus: Peter Says Denim)*. Depok: Universitas Indonesia.

Ardianto, Yuri. 2013. *Pengaruh celebrity endorser dan brand association terhadap keputusan Pembelian shampoo clear men (Studi kasus iklan shampoo clear men versi cristiano ronaldo tahun 2012 pada mahasiswa universitas negeri yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Artikel :

Arini, Nimas Dwi. 2014. “*Cara Kalbe Farma Membesarkan Hydro Coco*”. Swa.co.id. Diakses pada 26 Maret 2016.
<http://swa.co.id/swa/trends/marketing/cara-kalbe-farma-membesarkan-hydro-coco>

Afriyadi, Achmad Dwi. 2016. “*Belanja Iklan TV Tembus Rp 24,2 Triliun di Kuartal I 2016*”. Liputan6.com. Diakses pada 20 Mei 2016.
<http://bisnis.liputan6.com/read/2508931/belanja-iklan-tv-tembus-rp-242-triliun-di-kuartal-i-2016>

Diahnisa, Tifanny. 2015. “*Nielsen: Belanja Iklan Kuartal III Tumbuh 3%*”. Swa.co.id. Diakses pada 16 April 2016. <http://swa.co.id/swa/trends/business-research/nielsen-belanja-iklan-kuartal-iii-tumbuh-3>

Guzman, Kim De. 2016. *“Lee Min Ho's 10 most notable roles”*. Suntimes.com. Diakses pada 27 Maret 2016. <http://national.suntimes.com/national-entertainment/7/72/2527179/lee-min-ho-10-most-notable-roles/>

“Lee Min Ho Jadi Brand Ambassador Luwak White Koffie”. 2015. Detik.com. 28 Desember. Diakses pada 26 Maret 2016. <http://news.detik.com/advertorial-news-block/3103049/lee-min-ho-jadi-brand-ambassador-luwak-white-koffie>

“Nielsen: Konsumsi Media Lebih Tinggi Di Luar Jawa”. 2014. Nielsen.com. 22 Mei. Diakses pada 20 Mei 2016. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>

Lubis, Mila. 2016. *“Nielsen: Belanja Iklan Tumbuh Positif di Tahun 2015”*. Nielsen.com. 10 Februari. Diakses pada 20 Mei 2016. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/Nielsen-Belanja-Iklan-Tumbuh-Positif-di-Tahun-2015.html>

Supriyanto, Bambang. 2014. *“Luwak White Koffie Melambung, Kapal Api Mesti Hati-Hati”*. Bisnis.com. 08 Februari. Diakses pada 08 Agustus 2016. <http://industri.bisnis.com/read/20140208/12/201977/luwak-white-koffie-melambung-kapal-api-mesti-hati-hati>