

DAFTAR PUSTAKA

- Djatnika, Tjetjep. *Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2007
- Dwi Sapitri, Dkk. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dian Sastrowardoyo Terhadap Keputusan Pembelian *Shampoo L'oreal*. 2010
- Hasyim dan Anindita, Rina. Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran. Jakarta : Uieu-University Press 2009
- Kata, Muli dan Siahaan. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatic Club (MAC) Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 2008
- Kennedy, John dan Soemanagara, RD. *Marketing Communication: Taktim dan Strategi*. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta : 2006
- Kotler, dan Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. Edisi Keempat Belas. New Jersey : Prentice Hall International. 2012
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta: 2008
- Kotler, Philip. Dasar-Dasar Pemasaran: *Principles Of Marketing*. Pt Indeks Kelompok Gramedia 9th Edition. Jakarta: 2003
- Monle, Lee. dan Johnson Carla. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Prenada. Jakarta: 2004
- Morissan. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Ramdina Prakarsa. Jakarta: 2007
- Morissan. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Prenada Media Group. Jakarta: 2007
- Royan, Frans. *Marketing Celebrities*. Jakarta : Pt Elex Media Komputindo: 2004
- Santara, Mutiara Ayu. Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Anggun C. Sasmi' Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene. *Jurnal Marketing Communication*. 2012
- Saputra, Hendra. Pengaruh Penggunaan *Marketing Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's. *Jural Keuangan Dan Bisnis*. 2010

Schelect. *The Basic Principles Of Marketing*. Better Sconnoi. San Fransisco : 2008

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi*, Jilid I. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Shimp, Terence. *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga. Jakarta: 2008

Soemanagara, Rd. *Strategic Marketing Communication*. Alfabeta. Bandung: 2006

Sulistya, Endang dan Widya, Dina. Pengaruh Agnes Monica Sebagai *Celebrity Endorser* Sebagai Pembentukan *Brand Image* Honda Vario. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. 2012

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bogor Selatan : PT Ghalia Indonesia. 2002

www.clear.co.id

www.unilever.co.id