

**DAFTAR REFERENSI**

- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- Abdurahman dan Muhidin. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Belch & Belch. 2001. *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill
- Dewan Periklanan Indonesia. (2007). *Etika Periklanan Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia)*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert. Alih bahasa oleh Sita, W. (2007). *Bisnis Jilid 1 (edisi 8)*. Jakarta : Erlangga.
- Hair, Joseph F., et.al. 2010. *Multivariate Data Analysis, 7<sup>th</sup> Edition*. New York: Prentice Hall International , Inc.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS
- Kasali, Rhenald, 1995, “Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia”, Edisi 4, Jakarta PAV-Ekonomi.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lafferty, dkk. (2002). *The Contribution of studies of source credibility of a theory of interpersonal trust in the communicator proses*.

- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Marchelyno Sundalangi, *et.al.*, Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado, *Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 1, Edisi 2014*, hlm. 313.
- Morissan, 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2007). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Mullins, Laurie J. *Management and Organizational Behavior*, 7<sup>th</sup> ed. London: Prentice Hall, 2005.
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Adi.
- Rositter, John R, Larry Percy, 1998, *Advertising Communication and Promotion Management*, Edisi Kedua, Singapura : McGraw-Hill
- Royan, Frans M. (2005). *“Marketing Celebrities”*. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sekaran, U. 2006. *Metode penelitian Untuk Bisnis 1*. (4<sup>th</sup> ed). Jakarta: Salemba Empat.
- Sertoglu, E.A., Catli, O. and Korkmaz, S. (2014), “Examining the Effect on Endorser Credibility on the Consumer’s Buying Intention: An Empirical Study in Turkey”, *International Review of Management and Marketing*, Vol.7, No. 1, pp. 66-77.
- Shimp, T.A. (2010), *Advertising, Promotion, & other aspects of Integrated Marketing Communication*, 8<sup>th</sup> Edition, South-Western, Cengage Learning.
- Soesatyo, Natalia. 2013. *Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli “Top Coffee”*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 2, 1-12

Stephanie, Elizabeth, *Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita Sebagai Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013)1-9

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tim Marknesis. 2009. *Strategi, Taktik & Kasus*, Cetakan Pertama. Penerbit Jelajah Nusa: Yogyakarta.

Yoga Prawira, Slamet Mulyana, Teddy Kurnia Wirakusumah. 2012. *Pengaruh Brand Ambassador Honda Spicy Helm-in dengan Keputusan Pembelian Konsumen*. *E-Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*. Vol.1 No.1.