

DAFTAR PUSTAKA

- Belch, George E dan Belch Michael A, *Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, McGraw-Hill, New York, 2007.
- Hariyana Nanik, 2013, *Pengaruh penggunaan iklan endorser produk sabun lux media televisi terhadap keputusan pembelian dan loyalitas merek pada konsumen produk sabun lux di kabupaten Jember*, Jurnal JEAM.
- Hasyim, dan Anindita Rina, *Prinsip-prinsip dasar metode riset bidang pemasaran*, UIEU-University Press, Jakarta, 2009.
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2012.
- Keller K.L, "*Strategic Brand Management: Building, Measuring, and managing brand equity*, third Edition, Prentice Hall, New York, 2008.
- Kotler Philip, dan Amstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2008.
- Kotler Philip, dan Keller K.L, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2008.
- Kurniawan F.J, dan Kunto Y.S, 2014, *analisa pengaruh visibility, credibility, attraction dan power celebrity endorser terhadap brand image bedak marcks venus*, Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Morrison, *Periklanan dan komunikasi pemasaran terpadu*, Ramdina Prakarsa, Jakarta, 2007.
- Pardede Ratlan, dan Manurung Renhard, *analisis Jalur Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2014.
- Rahmawati Nur, 2013, *Pengaruh penggunaan celebrity endorser dalam iklan lux terhadap perilaku konsumen di kelurahan sungai dama samarinda*, Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Rini E.S, dan Astuti D.W, 2012, *Pengaruh Agnes Monica sebagai Celebrity Endorser terhadap Pembentukan Brand image Honda Vario*, Jurnal Bisnis dan Manajemen.
- Royan, Frans "*Marketing Celebrities:Selebriti dalam iklan dan Strategi Selebriti memasarkan diri sendiri*", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004.

Sangadji E.M, dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, CV ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2013.

Schiffman Leon, dan Kanuk L.L, *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, Prentice Hall, New York, 2007.

Shimp, T.A, *Periklanan Promosi aspek tambahan Komunikasi Terpadu*, Erlangga, Jakarta, 2003.

Soesatyo Natalia, dan Rumamb L.J, 2013, *analisa Credibility Celebrity Endorser model: Sikap Audience terhadap Iklan dan Merek serta pengaruhnya pada Minat Beli "Top Coffee"*, Jurnal Manajemen Pemasaran.

Stephanie, et al, 2013, *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.

www.sunlight.co.id

www.swa.co.id

www.unilever.co.id

www.topbrand-award.com