

Daftar Pustaka

- Arista, Desi. E dan Triastuti, Sri Rahayu (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Aset* vol. 13 no.1.
- Asiani, Windi dan Ruswanti, Endang (2014). Pengaruh Celeebrity Endorser Dalam Iklan Freshcare Aromatherapy Terhadap Keputusan Pembelian. *DeReMa Jurnal Manajemen* vol. 9 no.1.
- Febriyanti, Rizky Suci dan Wahyuati, Aniek (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Imu dan Riset Manajemen* vol. 5 no. 5
- Gumelar, Brian (2016). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan pembelian Kosmetik Wardah. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hardjanti, Adiati (2011). Peran Brand Image, Trust, dan Awereness terhadap Behavioral Intention Melalui Brand Preference, Customer Perceived Value dan Satisfaction. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* vol. 3 no.2.
- Hidayatullah, Syarif (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan (Studi Kasus Pada Primagama Cabang Malang). *JEMA* vol. 13 no.3
- Khoiruman, M (2015). Pengaruh Tukul Arwana Sebagai Celebrity Endorser Terhsdsp Brand Awereness Masyarakat. *Jurnal Kelola* vol. 2 no. 3.
- Kurniawan, Shelvy (2011). Pengaruh Implementasi *Experiential Marketing* dan *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Trust* dan dampaknya pada *Brand Loyalty* Produk Citra (studi kasus rumah cantik citra). Skripsi. FE Universitas Gunadarma.
- Lupiyoadi, R & Ikhsan. R. B, 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Mamahit, Philius, Agus Supandi Soegoto, Tambunan, Willem Alfa (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada PT. Hasjrad Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Natalia, Sheyrent dan Rumambi, Leonid Junivan (2013). Analisa Prediksi/Penilai Efektivitas Penggunaan Selebritis Sebagai Brand Endorser Untuk Membangun Brand Image (Studi Kasus Iklan Face Shop). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra vol.1 no.1*.
- Novalina, Jennifer (2016). Pengaruh Endorser Non-Celebrity Terhadap *Brand Image, Brand Trust* dan Minat Beli Konsumen Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Produk Allure Vanilla Green Tea Latte). Skripsi. FE Universitas Airlangga.
- Parengkuan, Valentine, Altje Tumbel, dan Wenas, Rudy (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA vol. 2 no. 3*.
- Peter, J. P & Olson, J. C, 2013. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. Edisi 9, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Prasetya, Chandra Hakim Arif (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) vol. 15 no. 2*.
- Pratiwi, Wayan Arisna dan Rahanatha, Gede bayu (2016). Peran Brand Awereness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud vol. 5 no.12*.
- Rafiq, Muhammad (2009). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Pada Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Optimal vol. 3 no. 1*.

- Sandra, Happy dan Haryanto, Joni Oktavian (2010). Pengaruh Iklan Heritage Terhadap Brand Awareness, Brand Trust dan Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Sari, Puspita Dinny dan Edin S. Djatikusuma (2010). Pengaruh Ceebrity Endorser Ayu Ting Ting Dalam Iklan Televisi Terhadap Brand Image Produk Mie Sarimi.
- Sarwono, 2007. Analisis Jalur Untuk Riset bisnis dengan SPSS. Penerbit C. V Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Triawan, Deddy (2011). Pengaruh Daya Tarik Endorser (Sherina) Dalam Iklan Terhadap Brand Image Produk Simpati. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Utami, Cristina Whidya, 2010. Manajemen Ritel. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Wijarnako, Puthud dan Arifin, Zainul (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan pembeian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* vol. 34 no. 1.
- Wulandari, Ni Made dan Nurcahya, I ketut (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. *E-jurnal Manajemen Unud* vol. 4 no. 11.