

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.
- Ambler, S. W. (2005). *The Elements of UML 2.0 Style*. Cambridge University Press: United States of America.
- Dominanto, Nedi Nugrah. (2008). Perbedaan Sikap Terhadap Ikla, Merek, Dan Minat Beli Konsumen Pada Iklan Dengan Fear Appeal Tinggi Dan Rendah Pada Partisipan Wanita Di Kotamadya Yogyakarta. [jurnal ekonomi dan bisnis] Yogyakarta. STIE YKPN.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Febriana, Chalifah Nur, Srikandi Kumadji, M. Kholid Mawardi. (2015). *Pengaruh iklan televisi terhadap kesadaran merek serta dampaknya pada keputusan pembelian*. Jurnal administrasi bisnis Vol. 25 No. 1
- Ghozali, Imam. (2008). *SEM Metode Alternatif dengan PLS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, Fitri Anggraini dan Diah Darmayanti. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap *Purchase Intention* Pond's Men Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 2, No1, (2014) 1-14
- Hair, JR. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall.
- Kartajaya, Hermawan (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Armstrong, (2004), *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Principles of Marketing 12<sup>th</sup> edition*.  
Prentice Hall: New Jersey

Magdalena, Puspita Astria, Suharyono Mukhammad. (2015). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap internasional brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian*. Jurnal administrasi bisnis Vol. 23 No. 1

Mardalis. (2008). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. BumiAksara

Mardiyah, NIhayatul. (2010). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap brand image sabun Lux*.

Mariyanti, Luh Dwi dan Gede Bayu Rahanantha. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsers Dan Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium Chocolate. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 4, No 10, 2015. 3093-3118

Mulyana, Deddy, (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Rosdakarya

Purnama, Nursya'bani. (2003). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.

Putra, Muhammad ikhsan, Suharyono, Yusri Abdillah. (2014). *pengaruh brand ambassador terhadap brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian*. Jurnal administra sibisnis vol. 12 no 1

Rangkuti. Freddy (2005). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : T. Gramedia

Rakmat, Jalaludin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung :Rosdakarya.

Santoso, dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi

Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta : Prentice Hall

Schramm Wilbur, (1995). *The Process Effect Of Mass Communication*, University Of Illinois Press Urbana

Sekaran, Uma. (2006). *Research Method for Business*. Jakarta: SalembaEmpat. Jakarta.

Sitorus, Dewi W H dan Rah Utami Nugrahani,S.sos. (2013). Pengaruh Brand Ambassador Ariel Tatum Terhadap Keputusan Pembelian Citra Hand Dan Body Lotion Di Kota Bandung. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Telkom

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

Shimp, Terence A. (2003), *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*, Erlangga, Jakarta.

Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2003). “ Perilaku Konsumen “. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

Suryabrata, Sumadi. (2006). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Syafniati. (2012). Pengaruh Sikap Terhadap Iklan Televisi Dan Sikap Terhadap Merek Pada Niat Membeli Sabun Cuci Piring Cair Sunlight Agen 1000. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

Tjiptono, Fandy, (2005). *Brand Management &Strategi*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.

Yusepaldo, Pasharibu. (2014). The Influence Of Attitude And Brand Rocognition Toward Purchase Intention Of Online Advertising On Social Networking Sites. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Satya Wacana Christian University.

<http://marketeers.com/article/ini-alasan-garnier-men-tunjuk-joe-taslim-jadi-brand-ambassador.html> di akses tanggal 10 maret 2016 pukul 12:16 WIB

<https://ecc.ft.ugm.ac.id/employer/site/view/1467/profil-pt-yasulor-indonesia-pt-loreal-manufacturing-indonesia> di akses tanggal 10 maret 2016 pukul 12:45 WIB).

<http://profil.merdeka.com/mancanegara/1/lorfal/> di akses tanggal 10 maret 2016 pukul 11:54 WIB

<http://medan.tribunnews.com/> di akses tanggal 10 maret 2016 pukul 11:30 WIB

