

Daftar Pustaka

- Aaker, D.A, V.Kumar, George S. Day, (2004), "*Marketing Research*", *eight edition* Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Achmadi, Narbuko, 2007. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Belch, George E, Michael A. Belch. 2004. *Advertising and promotion: An Integrated. Marketing communication Perspective. Sixth Edition*. New York: McGraw
- Bilson Simamora. 2001. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Bramantya, Jatra, M. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser dan Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5, No.3, 2016: 1745-1771*,
- Cheng, Shu-Yun., Ming-Tien, Tsai., Nai-Chang, Cheng, dan Kun-Shiang, Chen. 2012. *Predicting Intention to Purchase On Group Buying Website In Taiwan: Virtual Community, Critical Mass and Risk*. *Online Information Review 36, no. 5: 689-712*.
- Daniel Kahneman and Amos Tversky, 1979 *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*.
- Darmadi Durianto, dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan. Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, 2004. *Brand Equity Ten Strategy Memimpin Pasar*. Cetakan pertama. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Farela, Devi & Darma, G, S, 2014. *Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness, dan Brand Attitude*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 11 No.1, ISSN : 1829-8486*.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi 4, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2009.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi 5, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.
- Hair, J.F., et. Al. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th Edition). New Jersey : Pearson Education Inc.
- Hardiman, Ima. 2006. *Seri Pintar Public Relations: 400 Istilah PR Media & Periklanan*. Jakarta : Penerbit Gagas Ulung. Hindle, Tim. Thomas, Michael.

- Herdiani Rian, 2012. Pengaruh *Celebrity Endorser* , Citra Merek Rabbani Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 4(2): h: 1-12.
- He, S. and Y. Chen, 1998. *Gobiobotinae*. p. 389-413. In Y.Y. Chen, X.L. Chu, Y.L. Chen, Y.R. Liu and M.G. He (eds). *Fauna Sinica. Osteichthyes*.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*, edisi kelima. Penerbit Erlangga : Jakarta
- Khoiruman, M. (2015). Pengaruh Tukul Arwana sebagai *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Awareness* Masyarakat (Studi Kasus Iklan XL versi Tukul Arwana). *Kelola Vol.2 . No.3. Edisi September 2015*.
- Kiswalini, Annis dan I Ketut Nurcahya, 2014, Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 1(2): h: 1522-1534.
- Kotler, Philip & Keller, K. L, 2016, *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15). Ebook: Pearson.
- Li, X.Y. and Ling, W.Q. (2015) *How Framing Effect Impact on Decison Making on Internet Shopping*. *Open Journal of Business and Management*, 3, 96-108.
- Nana Sudjana . 2010. *Dasar-dasar Proses Belajar*. Sinar Baru, Bandung.
- Noviandra, Mahestu, 2006. Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja, Kasus Pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar.
- Pitta, Dennis A & Lea Prevel Katsanis, 1995. *Understanding Brand Equity for Succesful Brand Extension*. *Journal of Consumers Marketing*. Vol.12. ISS:4 pp.51-64.
- Priyanto, D. 2011. *Buku Saku SPSS*. Cetakan Ke-1. MediaKom. Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rini, Endang Sulistya dan Dina Widya Astuti, 2012. Pengaruh Agnes Monica Sebagai *Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image* Honda Vario. *Jurnal bisnis dan Manajemen*. 6(1): h: 37-42.
- Robbins P, Stephen & Judge A, Timothy. 2007. *Organizational Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.

- Royan, Frans M, 2005. *Marketing Celebrities*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, Dinny Puspita dan Edin S. Djatikusuma, 2012. Pengaruh *Celebrity Endorser* Ayu Ting-ting Dalam Iklan Televisi terhadap *Brand Image* Produk Mie Sarimi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(4): h: 1-9.
- Schmidt et al, *Cogent Psychology*(2017),4 : 1329191
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methode For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methode For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta
- Shimp Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta. Belch, George E, Belch, Michael A. *Advertising and Promotion : An Integrated*.
- Silva et al, 2016. *So, Will that be all? The Influence of Promotional Frame on Consumer's Behavior: an Experimental Study*. *European Journal of Economics, Finances, and Administratives Sciences*. ISSN 1450-227.
- Sivesan, S, 2013. *Impact of Celebrity Endorsement on Brand Equity in Cosmetic Product*. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Science*. 2(4): h: 1-11.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, Purwanto, 2004. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan*. Modern, Jakarta.
- Sutisna, 2006. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Usmara A. 2003. *Handbook of Organizationz*. Yogyakarta: Amara Books.