

DAFTAR LITERATUR

- Ardiyanto, Yuri. 2013. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Association terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Cear Men (Studi Kasus Iklan Shampoo Clear Men Versi Cristiano Ronaldo)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Assauri. Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 1. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Belch. George E.. dan Belch. Michael. A. 2013. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective Sixth Edition*. McGraw Hill. New York.
- Gitosudarmo. Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. edisi pertama. cetakan keempat. Penerbit BPFE – Yogyakarta.
- Gupta. Ruchi et al. 2017. *Contruccion And Validation Of A Five-Dimensional Celebrtiy Endorsment Scale: Introducing The Pater Model*. *Journal of marketing Studies*. Vol. 5. No. 4. ISSN 2053-4043. ISSN 2053-4051. pp 15-35
- Gumelar. 2016. *Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. <http://eprints.uny.ac.id/38859/1>.
- Kotler Philip dan Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip. dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. terjemaha Hendra Teguh. edisi ketiga belas. jilid satu dan dua. Penerbit: Prenhalindo. Jakarta.
- Mulyadi. 2008. *Akuntansi Biaya*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Nuraini. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Terhadap Citra merek dan dampaknya pada Keputusan pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Semarang)*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Pratiwi. 2018. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Minat beli pengguna media sosial Instagram*. Universitas Diponegoro. repositori.uin-alauddin.ac.id
- Rahmawati. Nur. 2013. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda*. *Ejournal Ilmu Komunikasi*. Vol. 1. No. 1. ISSN 0000-0000. Hal 362-373.

- Rangkuti. Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Santoso. Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Soesatyo. Natalia & Rumambi. Leonid Julivan. 2013. *Analisis Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audence Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Minat beli "Top Coffee"*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1. No. 2. Hal 1-12
- Sigit. Cristianus. 2010. *Seri Belajar Kilat SPSS 18*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit ALFABETA. Jakarta.
- Sunarto. 2013. *Pengantar Manajemen*. CV Alfabeta. Bandung.
- Swastha. Basu dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono. Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. ANDI. Yogyakarta.
- Wulandari. 2017. *Pengaruh Endorsement terhadap Omzet Penjualan Online shop di Palangkaraya*. IAIN Palangka Raya. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id>
- Yusda. Desi Derina. 2016. *Pengaruh Atribut Credibility Attractiveness Celebrtiy Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunsilik Clear & Fresh Pada Konsumen Wanita Di Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Bandar Lampung. Lampung.