

DAFTAR PUSTAKA

- Hapsari, Ajeng Peni. (2011). Analisis Perbandingan Penggunaan Celebrity Endorser dan Typical Endorser Iklan Televisi dan Hubungannya dengan Brand Image Produk. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Volume IX, No.1.
- Jain, Vp. (2011). Celebrity Endorsement And Its Impact On Sales: A Research Analysis Carried Out In India. *Global Journal Management and Business Research*, Volume 11 Issue 4 Version 1.0.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran (Bob Sabran, Penerjemah)*. Jakarta: Erlangga.
- Mohammad, O. A Zoubi& Mohammad, T. Bataineh. (2011). The Effect of Using Celebrities in Advertising on Study on Students in Jarash Private University. *American Journal of Scientific Research*, ISSN 1450-223X Issue 13, pp 59-70.
- Rahmawati, Nur. (2013). Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* dalam Iklan sabun Mandi LUX terhadap Perilaku Konsumen di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1 (1): 362- 373.
- Royan, Frans M. (2005). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, Haryadi&Julianita, Winda. (2008). *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sebayang & Siahaan. (2008). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Mio pada Mio Automatik Club (MAC) Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Volume 1, Nomor 3.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.