

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & psikologi konsumen*.
- Kertajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Group
- Kertamukti, R (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung
- Suhandang, Kustadi. 2016. *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan*. Penerbit Nuansa. Bandung
- Suyanto, Mohammad. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Andi, Yogyakarta
Yogyakarta: Graha ilmu.
- Shimp, Terence A. 2007. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication, 7th Edition*. United States of America: Thomson.
- M, Nisrina .(2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*, KOBIS, Yogyakarta.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika. Jakarta
- Morissan. 2010. *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Penerbit Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Zarrella, D.(2010) *the Social Media Marketing Book*, Farhan : O'Reily.

JURNAL

Nugrohodan Mudiantono (2013) , Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kekuatan *Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness* dan Dampaknya Terhadap *Brand Attitude Handphone Nokia*

<http://eprints.undip.ac.id/40141/>(diakses pada tanggal 15 januari 2018)

Sundalangidkk (2014),Daya Tarik Iklan, Dan PotonganHargaTerhadapMinatBeli KonsumenPada Pizza Hut Manado

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16394> (diakses pada tanggal 15 januari 2018)

D. Tampi (2016)Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa

<file:///C:/Users/windows10/Downloads/11846-23622-1-SM.pdf> (di akses pada tanggal 27 januari 2018)

Elizabeth Stephanie (2013) Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai *Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk AXE Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening*

<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1044> (di akses pada tanggal 27 januari 2018)

Sundalangi, M., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1).

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3829>

Shimp, Terence A. 2007. Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication, 7th Edition. United States of America: Thomson.

<https://media.neliti.com/media/publications/183429-ID-pengaruh-terpaan-iklan-publisitas-dan-pr.pdf>

Rhamadani, Khairunnisa. "Pengaruh celebrity endorser terhadap brand equity di media oleh brand credibility (studi pada iklan televisi luwak white koffie Lee MIN Ho)." PhD diss., Universitas Multimedia Nusantara, 2016.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=khairunnisa+Rhamadani+2016+pengaruh+endorser+terhadap+brand+equity&oq=khairunnisa+Rhamadani+2016+pengaru+h+endorser+terhadap+brand+eq