

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Apejoye, A. (2013). Influence of Celebrity Endorsement of Advertising on Students' Purchase Intention. *J Mass Communicant Journalism*. Vol.3, Issue.3:1000152
- Chandra, Handi. (2008). *Marketing Untuk Orang Awam*. Palembang : Maxikom.
- Elwiena. Agnes Monica dan Honda Vario. diakses 30 Maret 2014. <http://agnesmonica.net/agnes-monica-dan-honda-vario.html>
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Honda dominasi penjualan sepeda motor. Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). [http:// motor.otomotifnet.com](http://motor.otomotifnet.com)
- Honda Vario CW tampil baru. diakses 30 Mei 2014. <http://www.astrahonda.com/berita/honda-vario-cw-tampil-baru/#.U9xdsKCTB9w>
- Julianita, W. dan Sarjono, Haryadi. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi:1. Jakarta: Kencana, Predana Media Group.
- Oentoro, Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Radha.G, P.Jija. (2013). Influence of Celebrity Endorsement on the Consumer's Purchase Decision. *International Journal of Scientific and Research Publication*, Vol.3, Issue.3 : 2250-3153.
- Rini, E.S., dan Astuti, D.W., (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrituy Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.6, No.1, 1-12.
- Royan, M. Frans. (2005). *Marketing Selebriti*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

- Schiffman, Leon dan Kanuk Leslie Lazar. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi:7. Indonesia : PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Sebayang, Muly Kata dan Siahaan Simon Darman O. (2008). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatik Club (MAC) Medan,*Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol I: 117-125.
- Sejarah astra honda motor. diakses 21 Mei 2014. <http://www.astra-honda.com/index.php/sejarah-astra-honda-motor/>
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Bussiness (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Edisi 4 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Ikatan Penerbit Indonesia.
- Suryadi, Didih. (2011).*Promosi Efektif Menggugah Minat Dan Loyalitas Pelanggan*. ORYZA. PT. Suka Buku : Jakarta Selatan.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Edisi:1. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Ukdw. Latar Belakang celebrity endorser dengan produk sepeda motor honda vario. <http://sinta.ukdw.ac.id>
- Wahyu Sahala Tua. Honda Vario mencapai penjualan tertinggi, diakses 07 Desember 2013. <http://www.ekbis.sindonews.com>
- Widodo, Iwan. (2013). Pengaruh Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Vario. No. 1
- Wikipedia Honda dan Honda Vario. diakses 30 Mei 2014. http://id.wikipedia.org/wiki/Honda_Vario