

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2013). *Manajemen pemasaran strategis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Dei, A.T & Sukaatmadja, I.P.G (2015). Peranan *Brand image* Memediasi pengaruh *kredibilitas celebrity endorser* terhadap *purchase intention*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*, Edisi 5, Semarang: UNDIP.
- Gunawan & Dharmayanti. (2014). 'Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser terhadap *Purchase Intention Pond's Men* dengan *Brand Awareness* sebagai variabel *Intervening*', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Volume 2, No.1, hlm.1-14.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan, Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*, Depok: Kharisma Putra Utama
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing management*. United states: Pearson Education
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Menulis artikel dan karya ilmiah 2011, diakses pada 3 Maret 2016. <http://mutiaralumpur.blogspot.co.id/2011/11/minat-beli.html>
- Morissa, M.A (2010), *Periklanan*, Jakarta: Kencana
- Wicaksono, P.A & Seminari, N.K (2016). Pengaruh iklan dan word of mouth terhadap brand awarenees traveloka.
- Prasetyaningtyas, I. (2014). 'Pengaruh Iklan dan Kemasan terhadap Niat Beli yang di Mediasi oleh Citra Merek', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 8, No.1, Maret. Hlm.27-38.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, U 2006, *Metodologi penelitian untuk bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Elizabeth, dkk. (2013). 'Analisis pengaruh Rio Dewanto dan Donita sebagai *celebrity endorser* terhadap minat beli produk *Axe Anarchy* dengan daya tarik iklan dan efek iklan sebagai variabel *intervening*', *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 2, hlm.1-9

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service.)
- Tjiptono, F (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award (2015). Diakses 3 Maret 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2015\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1).
- Younus, Sohail dkk. (2015). 'Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Global Journals Inc*', Volume 15, Issue 2, Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853.
- Riduwan, & Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analisis Edisi 3*, Bandung Alfabeta, Bandung.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., (2006). *Research Methods For Business*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: UNDIP.

