

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, M., Sunarti., & Mawardi, M, K. (2015). 'Pengaruh citra merek terhadap minat beli (survey pada mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan pasta gigi pepsodent)', *Jurnal administrasi bisnis*, Vol. 25, No. 1 hlm. 1-7.
- Anosh, M., Hamad, Naqvi., & Ghouri, Aziz, Ullah. (2015). 'Client sencitivity about celebrity endorsement: a study of FMCG trademarks', *Developing Country Studies*, Vol. 5, No. 3, hlm. 10-14.
- Dei, G, A, T., & Sukaatmadja, I, P, G. (2015). 'Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention', *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5, hlm. 1206-1228.
- Febryan, F. (2010). *The power of selling*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: CV. Indoprint.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square dilengkapi software Smart PLS 3.0.Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0 edisi 4*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan konsep pesan, media, branding, anggaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Loviana, I., Wirawan, Y, G., dan Dewi W, A, K. (2012). 'Presepsi terhadap celebrity endorser pada iklan kosmetik dan minat beli pada mahasiswi', *psikologika*, Vol. 17, No. 1 hlm. 53-59.
- Mangkunegara, A, P. (2012). *Perilaku konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.

- Nasir, Nadia., Khan, Shabnan., Sabri, P, S, U., & Nasir, S. (2016). 'Celebrity endorsement and consumer buying intention with the mediating role of brand performance: an empirical consumer perception study in FMCG sector of Pakistan', *human resource management at the superior collage*, vol. 28, no. 1 page. 617-624.
- Nurani, E, S., & Haryanto, J, O. (2010). 'Pengaruh celebrity endorser, brand association, brand personality dan product characteristics dalam menciptakan intensi pembelian (studi pada iklan kuku bima ener-g Rosa versi Chris Jhon)', *Journal Of Business And Execution*, Vol. 2, No. 2, page. 104-125.
- Sangadji, M.E., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS Vs lisrel sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sejarah Garnier, di akses 31 Mei 2017, <http://www.wikipedia.com/>
- Siregar, S. (2012). *Statistika deskriptif untuk penelitian dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi spss versi 17*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori kuisisioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen & strategik merek*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Top brand index 2014, 2015, 2016 fase 1 kategori perawatan pribadi, diakses 12 Februari 2017, <http://www.topbrand-award.com/>
- Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. (2017). *Pedoman penulisan tugas akhir skripsi di fakultas ekonomi dan bisnis UPN "veteraan" Jakarta*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat.
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariat untuk Riset Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Widyawati, I, B. (2013). 'Pengaruh celebrity endorser Anggun C Sasmi terhadap minat beli konsumen shampo Pantene (studi pada masyarakat di Semarang Barat)', eprints.dinus.ac.id/b529/.
- Wijaya, F.A., & Sugiharto, S. (2015). 'Pengaruh celebrity endorsement terhadap purchase intention dengan brand image sebagai variabel intervening' (studi kasus iklan produk perawatan kecantikan Pond's)', *Jurnal manajemen pemasaran*, Vol. 9, No. 1, hlm. 16-22.