**DAFTAR PUSTAKA**

Abdullah, Thamrin. 2013. Manajemen pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Baskoro Ndaru Murti, 2014. “ Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser terhadap citra merek dalam meningkatkan minat beli pada produk sepatu olahraga ADIDAS” Skripsi Universitas Diponegoro.

Batra, et al, (2012). The Impact of Celebrity Endorsement on Brand Management Ladoke Akintola University of Technology. *International Journal of**Business* *and Social Science, 3(6),* 142-145.

Duriabto, Sugiarto 2010. Infasi Pasar dengan Iklan yang Efektif. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Elizabeth Stephanie, 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” Universitas Kristen Petra, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 2, 2013, Hal. 1-9.

Ferdinand, Augusty, (2014). Metode Penelitian Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jain, V. (2011). Celebrity Endorsement And Its Impact On Sales: A Research Analysis Carried Out In India. *Global Journal of Management and Busines* *Research, 11(4),* 69-82.

Kotler, Keller, 2010. “ Manajemen Pemasaran”. Edisi 13 Jilid 1 Jakarta.

Kotler, Philip & Keller K.L. (2013). *Marketing Manajement (Fourteenth Edition).* England: Pearson Edukation Limited.

Miller, F, and Allen, C. (2012). How Does Celebrity Meaning Transfer ? Investigating The Process Of Meaning Transfer With Celebrity Affiliates And Mature Brands. *Journal of Consumer Psychology 22 (2012) 443-452* *Research,* 22*(4),* 443-452.

Pradhan, D., Duraipandian, I., & Sethi, D. (2014). Celebrity Endorsement : How Celebrity – Brand – User Personaliti Congruence Affects Brand Attitude And Purchase Intention. *Journal of Marketing Communications*, ( Oktober 2014 ), 37-41.

Rizky, Muhammad Fakhru dan Yasin, Hanifa. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 14, No. 2, Hal, 135-143.

Royan, Frans M. 2011*. “Marketing Selebrities”*. PT. Elex Media Komputindo Jakarta.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L, L. (2011). Consumer Behavior (8th ed). European Look: Prentice Hall.

Sebayann, Siahaan Simon, 2010. “ Pengaruh Celebrity Endorser terhapap keputusan Pembelian Sepeda motor merk yamaha mio pada mio automatik club (MAC) Medan”. Fakultas Ekonomi USU, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 1 No. 3 Hal. 117-125.

Shimp, T.A. dan Andrew, C. 2013. *Atvertising, Promotion, and Other Aspects of* *Integrated Marketing Communications*. USA: Cengage Learning.

Sonwalkar, et al, (2011). *Celebrity Impact A Model of Celebrity Endorsement.* Journal Marketing and Communication, Vol. 7, Issue 1.

Suryadi, Didih, 2012. *Promosi Efektif Menggugah Minat dan**Pelanggan* ***Loyalitas***. Yogyakarta. Tugu Publisher.

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen. Cetakan keempat. CV Alphabetha, Bandung.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Wiryawan, Driya dan Pratiwi, Anisa. 2010. “ *Analisis Pengaruh Celebrity* *Endorser terhadap brand image pada iklan produk kartu prabayar XL bebas di* *Bandar Lampung”.* Jurnal Bisnis dan Manajemen Jurnal Ilmiah berkala empat bulan, ISSN 1411-9366, Vol. 5, No. 3, Mei, Hal. 235-264.

Yanuar Widi Prabowo. 2014. “ Pengaruh Celebrity Endorser terhadap minat beli dalam 9 survey pada pengunjung 3sScond Store di Malang” Universitas Brawijaya Malang, Jurnal Atministrasi Bisnis, Vol. 14, No. 2, 2014

Zafar, Q, (2010). Impact of Celebrity Advertisement on Customer Brand Perception and Purchase Intention. *Asia Journal of Business and Management* *Sciences, 1(11),* 53-67.

www.pantene.com

<https://www>. bisnis.com

<https://www>. top brand-award. com

<https://www>. wikipedia. Com

www. P&G. com