

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip, dan Kevin lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sutisna., 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: PT Remaja Posdakarya.
- A Shimp, Terence, “*Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*”. **Jilid I**, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga, 2007.
- Purba, Amir, dkk. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press. Ilham, Prisgunanto. (2006). *Komunikasi Pemasran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, bandung.
- Solomon, Michael R., Ashmore, Richard D., and Longo, Laura C (1992),”*The Beauty Match-up Hypotesis: Beauty and Product Images in Advertising*”, *Journal of Advertising*, Anonim. 1994. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Balai Pustaka. Jakarta.
- Longman. 1987. *Dictionary of Contemporary English. Eight Edition*. England: Longman Group UK Limited.
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing management: Analysis, Planing, Implementation*, Control. Ed. 8, New jersey: Prentice Hall, Inc.

- Agus Setiawan. (2007). *Tax Audit dan Tax Review*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Simamora, Henry. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 2, STIE YKPN. Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho J., 2003. *Perilaku Konsumen*, Pranada Media, Jakarta.
- Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Aaker, D.A. 1991. *Managing Brand Equity*, The Free Press, New York.
- Sebayang dan Siahaan. 2008. *Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio pada mio automatic club (MAC) Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis, Volume I, No 3, September 2008, halaman 89-125, dari <http://blog.umy.ac.id/ghea/files/2011/12/Jurnal-Manajemen-Bisnis-Vol-1-No-3-Sept-2008.pdf#page=31>.
- Eni Heruwati. 2010. *Analisis pengaruh daya tarik, kredibilitas, dan keahlian celebrity endorser terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio (studi pada konsumen PT Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang)*. Thesis, Program Studi Sarjana Kajian Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, dari http://eprints.undip.ac.id/23069/1/skripsi_Pdf.pdf.
- Romi Victor Tanoni. 2013. *Pengaruh iklan terhadap niat beli konsumen melalui citra merek dan sikap pada minuman isotonic mizone di Surabaya*. Thesis. Program Studi Sarjana Kajian Manajemen Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya, dari <http://portalgaruda.ilkom.unsri.ac.id/index.php?ref=browse&mod=viewarticle&article=114026>.

Salman Pakaya. *Pengaruh celebrity endorser pada iklan Fresh Care terhadap minat beli konsumen (studi kasus Agnes Monica sebagai endorser produk minyak angin Fresh Care)*. Jurnal Mahasiswa Manajemen Universitas Gorontalo, dari <http://eprints.ung.ac.id/3803/>.

Junaidi . 2010. *Tabel t* .Page 1, dari <http://junaidichaniago.wordpress.com>.

Junaidi. 2010. *Tabel f* .Page 1, dar <http://junaidichaniago.wordpress.com>.

Misbahuddin, Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Edisi ke -2 Panduan Penentuan Skoring Kriteria Kuisisioner (Skala pengkuruan)*. (2012). Diambil 15 April 2017, dari <http://www.bukukerja.com/2012/10/panduan-penentuan-skoring-kriteria.html>.

Uji regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS.(2016), dari <http://www.spssstatistik.com/uji-regresi-linier-berganda-dengan-menggunakan-spss/>.

Uji Validitas dan Uji Relibilitas dengan SPSS. (2016). Diambil 20 Juni 2017, dari <http://www.spssstatistik.com/uji-validitas-dan-reliabilitas-dengan-spss/>

Internet:

<http://www.turiang.com/2015/05/pengertian-endorser-menurut-para-ahli.html>
(Diakses13-11-16)

https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_pemasaran (Diakses10-10-2016)

<http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-brand-image-citra-merek.html> (Diakses14-11-16)

<https://tepenr06.wordpress.com/2011/12/05/uji-asumsi-klasik/> (Diakses25-11-16)

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK ”TOP KOPI” (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442