

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arslan, F Muggedan Oylum Korkut Altuna. (2010). *The effect of Brand Extensions on Product Brand Image. Journal of Product & Brand Management, Vol. 19 Iss: 3.*
- Buchory, Achmad H. & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*.
Bandung: Linda Karya.
- Chan, Kara, Yu Leung Ng, Edwin K Luk. (2013). *Impact of Celebrity Endorsement in Advertising on Brand Image Among Chinese Adolescents. Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers, Vol. 14 Iss: 2.*
- Ferrinadewi, Erna. (2009). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jawaid, Sameen. (2013). *Impact of Celebrity Endorsement on Teenager's Impulsive Buying Behavior. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business Vol.4 No.10.*
- Keller, L Kevin (2003) *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*, Pearson Education International, Prentice Hall.
New Jersey

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi 13)*.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta :Erlangga
- Kotler, Philip.,& Gary, Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsipPemasaran (Edisi 12 Jilid2)*, Jakarta :Erlangga.
- Mugiono, Kharis dan Mudiantono.(2012). *Analisis Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Sabun Mandi Padat Lifebuoy di Semarang*. Jurnal Manajemen, Vol.1 No.2.
- Purwanto dan Suharyadi. (2009). *Statiska Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern (Edisi 2, buku 1)*. Jagakarsa, Jakarta: Salemba Empat.
- Radha, G dan P, Jija.(2013). *Influence of celebrity endorsement on the consumer purchase decision. International Journal of Scientific and Research Publications, Vol.3 No.11*.
- Riduwan & Engkos Ahmad Kuncoro. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rini, Endang Sulistya dan Astuti, Widya Dina.(2012). *Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol.6 No.1.

- Rossiter, John R dan Percy, Larry. (1998). *Advertising Communication and Promotion Management, Edisi kedua*, Singapura: McGraw-Hill.
- Royan, Frans M. (2005). *Marketing Selebritis, Selebritis dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis* . Jakarta: Salemba Empat
- Sari, Dinny Puspita dan Djatikusuma, Edin S. (2012). *Pengaruh Celebrity Endorser Ayu Ting Ting Dalam Iklan Televisi Terhadap Brand Image Produk Mie Sarimi*.
- Schiffman, Leon G & Kanuk, Leslie L. (2008). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Jakarta : PT.Indeks.
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. (2010). *Cosumer Behavior* (10 th Edition). New Jersey: Pearson Education.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma & Bougie Roger. (2010). *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*. USA : John Wiley & Sons.
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (international edition 8e)*.China : Cengage South-Western
- Sivesan, S. (2013). *Impact Celebrity Endorsement on Brand Equity in Cosmetic Product. International Journal of Advanced Research in Management and Social Science* Vol.2 No.4.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

----- (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Surachman. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Bayumedia: Malang.

Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta :Graha Ilmu.

Suyasa, Cok Istri Sri TyasUtami danSuryani, Alit. (2014). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Anggun Cipta Sasmi Terhadap Brand Image Pada Iklan Produk Shampoo Pantene di Kota Denpasar*. Jurnal Manajemen, Vol.3 No.3

Tjiptono, Fandy. (2011). *Semi Manajemen Merek 01, Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.

Sumber Internet

<http://www.astra honda.com>. Di akses 15 April 2015

<http://www.welovehonda.com>. Di akses 17 April 2015

<http://www.the-marketeers.com>. Di akses 17 April 2014

<http://www.korandigital.com>. Di akses 15 April 2015

<http://www.swa.co.id>. Di akses 7 April 2015

<http://www.aisi.co.id>. Di akses 7 April 2015

<http://www.the-marketeers.com>. Di akses 9 April 2015