

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Bungin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Hamdi, Asep S., & E. Bahrudin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta : DEEPUBLISH.
- Haryono, Siswoyo. 2016. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jawa Barat : PT Intermedia Personalia Utama.
- Juliandi, A., Irfan dan Saprihal Manurung. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Medan : UMSU PRESS.
- Latan, Hengky. 2013. *Structural Equation Modeling : Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80*. Bandung : Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Centro Inti Media.
- Santoso, Singgih. 2018. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J., Herlina Budiono. 2012. *Statistik Terapan : Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis Dan Disertasi (Menggunakan SPSS, AMOS, Dan Excel)*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Suparyanto, Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media.
- Timotius, Kris H. 2014. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : ANDI
- Widi, Restu Kartiko. 2018. *Menggelorakan Penelitian : Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta : DEEPUBLISH

**Jurnal :**

- Feiz, Reyhan Sinatrya., Yulianto, Edy., & Sunarti. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser JKT 48 Terhadap Brand Awareness Pada Iklan Sepeda Motor Honda Beat (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 65 No. 1, Desember 2018.
- Ginting, Krisnawati Br dan Nellyaningsih. 2018. *Pengaruh Endorsement Selebriti Di Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Elzatta Bandung Tahun 2018*. Program Studi D3 Manajemen Pemasaran. Fakultas Ilmu Terapan. Universitas Telkom. *e- Proceeding of Applied Science*. Jurnal Vol.4 No.3 Desember 2018.
- Herawati, Septi. 2016. *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Oppo Smartphone*. Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Jurnal Ekonomi Bisnis. Volume 21, No.1, April 2016.
- Kartika, Savilla Dewi dan Basuki, R Sugeng. 2017. *Pengaruh Kesadaran Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Sikap Pada Merek (Studi Pada Iklan Oppo Di Kota Malang)*. Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis. 2407-3741.
- Maulana, Robi Irzal. 2018. *Pengaruh Awareness, Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Kota Tangsel*. Manajemen Pemasaran. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol. 1 No. 3, April 2018.
- 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*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Diponegoro Journal of Management. Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012, Halaman 366-374.
- Natalia, Sheyrent dan Rumambi, Leonid Julivan, S.E, M.M.. 2013. *Analisa Prediksi/Penilai Efektivitas Penggunaan Selebritis Sebagai Brand Endorser Untuk Membangun Brand Image (Studi Kasus Iklan The Face Shop)*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 1, No.1, 2013:1-8.
- Nur, Hafni Rizanuddin ST., MM. 2014. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Asosiasi Merek Terhadap Citra Merek Produk Im3 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Majalengka)*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi. Vol.1, No.2, 2014 : 2356-3923.
- Nugroho, Septiyo Aji dan Mudiantono. 2013. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kekuatan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis)*

*Universitas Diponegoro Semarang*). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1.

- Nwanko, B.E., Aboh, J.U., Obi, T.C., Agu, S.A., dan Syney-Agbor, N. 2013. *Influence of Advertising Appeals dan Personality on Telecoms Consumption Preferences in Nigeria. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 3, No. 3, September 2013, 229-237
- Pratiwi, Wayan Arisna dan Rahanatha, Gede Bayu . 2016. *Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie di Kota Denpasar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5, No. 12, 2016:7899-7928.
- Putranto, Budiawan Dwi dan Soesanto, Harry. 2016. *Analisis Pengaruh Iklan dan Kredibilitas Endorser Terhadap Brand Awareness Untuk Meningkatkan Brand Attitude Produk Minuman Isotonik Merek Mizone*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Volume 5, Nomor 1, Tahun 2016, Halaman 1-11.
- Rosi, F dan Anjarwati. 2013. *Analisis Perbandingan Pengaruh Endorser Terhadap Sikap Pada Merek Shampo Sunsilk dan Shampo Pantene*. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 1, No. 1 Januari 2013
- Sebayang, M dan Siahaan. 2008. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatic Club (MAC) Medan*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 1 (3), 1978-8339
- Utami, Ni Komang D dan Ekawati, Ni Wayan. 2019. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 8, No. 10, 2019: 5947-5965.
- Wulandari, Ni Made R dan Nurcahya, I Ketut. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar*. Fakultas Ekonomi. Universitas Udayana. . *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No. 11, 2015:3909-3935.

**Skripsi :**

- Hartono, Kefas Aldi. 2016. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebriti Endorser Terhadap Kesadaran Merek dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Minuman Dalam Kemasan (Studi Kasus Pada Iklan Teh Ichitan di Yogyakarta)*. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Univeritas Negeri Yogyakarta.
- Hidayah, Melisa Surya. 2019. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Bioskop Cinema Xxi Summarecon Mall Bekasi)*. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Husni, Achmad Rifqi. 2010. *Analisis Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Attitude Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi SI Universitas Diponegoro)*. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Indriani, Gresia . 2019. *Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Emosi Positif dan Dampaknya Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Sumber Jaya)*. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Nugroho, Septiyo Aji. 2013. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kekuatan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Nugroho, Valentinus Hendry B. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorse dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya terhadap Brand Attitude (Studi Pada Pembersih Muka Merek Garnier Men)*. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.

**Tesis:**

- Riyanto, Makmun. (2008). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*. Tesis Manajemen S2. Magister Manajemen. Universitas Diponegoro.

**Website :**

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (Diakses Pada 10 Maret 2020)

<https://www.mayoraindah.co.id/> (Diakses Pada 10 Maret 2020)

<https://duniaindustri.com/industri-makanan-dan-minuman-ditargetkan-tumbuh-di-atas-8-pada-2020/> (Diakses Pada 13 Maret 2020)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/16/televisi-media-paling-banyak-dikonsumsi-milenial-indonesia> (Diakses Pada 17 Maret 2020)

<https://jabar.sidonews.com/read/12632/3/survei-orang-indonesia-lebih-banyak-konsumsi-cemilan-dibanding-makanan-berat-1575385944> (Diakses Pada 28

Maret 2020)

