

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Aeker David. A, Manajemen Ekuitas Merek. Ahli bahasa oleh Aris Ananda, Jakarta: Penerbit Mitra Utama, 2013.
- Anwar, Suroyo, Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner dan Sosiometri, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2013.
- Augusty, Ferdinand, Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang, 2012.
- Belch, George and Michael Belch, Advertising And Promotion An Integrated Communication Perspective. (7th ed), New York: McGraw Hill, 2012.sa
- Cooper, Donald R dan Emory, C William, "Metode Penelitian Bisnis". Edisi kelima. Jilid 1. Erlangga Jakarta,2012.
- Durianto, Darmadi. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Engel, James et al, *Consumer Behaviour. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics*, 2012.
- Henry, Simmamora, Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi ke-3. STIE YKPN, Yogyakarta, 2012.
- Hinsa, Siahaan, Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Istijanto, Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2011.
- Imam, Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, edisi ketujuh Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012.
- Kotler dan Philip Gary Armstrong. Prinsip-prinsip pemasaran edisi duabelas Jilid 1 Jakarta:Erlangga, 2014.
- Kotler, Philip and Keller Klare,Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kertajaya, Hermawan, Brand Operation, Jakarta, Esensi Erlangga Group, 2012.
- McCracken, G, *Who is Celebrity Endorser? Cultural Foundation of the Endorsement Process. Journal Consumer Reserech*. 2012.

Priyatno Duwi, Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS, Yogyakarta: Gava media, 2013.

Rangkuti, Freddy, The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Perluasan Merek, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar, Perilaku Konsumen. Edisi 7. Cetak kedua. Jakarta: Indeks, 2012.

Simamora, Pengaruh Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan Telkomnet Instan Terhadap Minat Pembelian Telkomnet Speedy, 2012.

Simamora, Bilson. Riset Pemasaran. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Shimp, Terrence A, *Advertising Promotion And Supplemental Aspect Of Integrated Marketing Communication*. (5th Ed). Columbia: University Of South Carolina, 2012.

Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Alfabeta, Bandung, 2012.

Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran: Edisi III. Yogyakarta: Andi, 2014.

Sumber Jurnal

Ayu Hartiningtyas & M. Assegaff, “Pengaruh *Brand Awareness, Brand Association dan Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek 4-Tak Merek Honda”, Jurnal EKOBIS Vol.11, No.2, ISSN : 1 411_2280, 2010.

Fauzi, Riza Priandaru, “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Konsumen Motor Matik Yamaha Mio)”, Universitas Negeri Yogyakarta, 2012.

Hidayat , Taufik, “Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas dan Keahlian *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.

Indah, Pratiwi, “Pengaruh *Celebrity Endorser Maudy Ayunda* Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandung)”, e-Proceeding of Management, Vol.2, No.3 Desember 2015.

MHD, Sukri Helmi, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Cv. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu”, Artikel Ilmiah, 2015.

Rizky, Suci Febriyanti, “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 5, Mei 2016.

Sebayang, Muly Kata dan Siahaan Simon Darman, “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio pada Mio Automatic Club (MAC) Medan” dalam *Jurnal Manajemen Bisnis*, hlm. 117-125,2013..

Soesatyo, Natalia dan Leonid Julivan Rumambi. “Analisa *Credibility Celebrity Endorser Model* : Sikap *Audience* Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli “Top Coffee” Prodi Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra. Diakses pada 10 November 2016

Valentine Parengkuan, Altje Tumbel, Rudy S. Wenas, “Analisis Pengaruh Brand Image dan *Celebrity Endorserment* terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo *Head and Shoulders* di 24 Mart Manado”, Vol 2 No 3, 2014.

Sumber Internet

www.aisi.or.id.

www.topbrand-award.com

global.yamaha-motor.com



