

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp Terence. 2003. Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga.
- Abiidurrahman. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk “Mie Sedaap Cup” (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Ali, Hasan. 2008. Marketing. Yogyakarta. Media Presindo.
- Annafik, Aldaan Faikar. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 1, Nomor 2 Tahun 2012, Halaman 274-281.*
- Bachriansyah, Rizky Amalia. 2011. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)”. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Darmansyah. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian *Online*). TERAKREDITASI SK DIRJEN DIKTI NO. 66b/DIKTI/KEP/2011. ISSN: 1693-5241.
- Ferdinand, A.T. 2006. Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fure Hendra. Lokasi, Keberagaman Produk, Hara, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, Jurnal *Emba* Vol. 1, NO.3 september 2013, Hal 273-283, ISSN 2303-1174.
- Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Fitri Anggraini. Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap *Purchase Intention* Pond’s Men Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, (2014) 1-14.
- Hakim, 2005. Lenturan tapi Relevan, Dasar-dasar Kreatif Periklanan. Jogjakarta: Galang Press.

- Handoko, Rudolph Setiaji. (2006). Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorser Dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Yang Mempengaruhi Sikap Terhadap Merek (Studi Kasus Iklan Televisi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di Kota Semarang). *Tesis Tidak Ditebitkan*. Semarang: PPS UNDIP.
- Hardiman, Ima. 2006. 400 Istilah PR Media dan Periklanan. Jakarta: Gagas Ulung.
- Harhari, Bob. Pengaruh Kreativitas Iklan dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli AC Merek X di Jakarta Barat. *Jurnal MIX*, Volume IV, No. 2, Juni 2014. 187- 194.
- Herlambang, Dimas Aditya. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Maskapai Sriwijaya Air Tarakan). Undergraduate Thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Indriarto, Fidelis. 2006. Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. No.3, hal 243- 268.
- Kinnear, Thomas C, dan Taylor, James R., 1998. Riset Pemasaran, Edisi tiga. Jakarta: Erlangga.
- Kiswalini, Annis. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jakarta: Prehilindo.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhalindo.

- Kussudyarsana (2004). "Fenomena Selebritas sebagai Model Iklan dari sudut pandang Sumber Pesan". *Benefit*, Vol. 8 No. 2, Desember. UMS Surakarta.
- Lee and Leong (2007). *Customer Behaviour*. (9th ed.), Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Lee, Monledan Carla Johnson. 2004. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Legasari Vionita., Eka, Sri Indarti, Sri Restuti (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreatifitas Iklan dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektifitas Iklan dan Sikap Konsumen pada Sabun Pemutih Wajah Merek OIL OF OLAY di Kota Pekan Baru. 21 (3), Hal 1-15.
- Mehta, Abhilasha 1994. *How Advertising Respon Modeling can increase Ads Effectiveness*, *Journal of Marketing Research*.
- Noviandra, Mahestu, 2006. Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja, Kasus Pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar.
- Nurani, Eka Setya. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Association, Brand Personality* dan *Product Characteristics* dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi Pada Iklan Kuku Bima Ener-g Rosa Versi Chris John). *Journal of Business Strategy and Execution* 2 (2) 104 – 125.
- Pratama, Andreas Prima Bakti. Pengaruh Kreativitas Iklan, Efektivitas Iklan, Dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Minuman Berkarbonat (Studi Kasus Pada Minuman Berkarbonat Coca Cola). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Tahun 2015*.
- Riyanto, Makmum, 2008. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek Studi Kasus Pada Iklan Puonds di Kota Semarang. *Tesis*. Semarang: Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Roman, Kenerth, Jane Maas & Martin Nisenholtz, (2005). *How To Advertise, Membangun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Rosi Andriani. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk "Kopi Luwak *White Koffie*" (Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

- Rumangkang, Senny Febiola dkk. 2014. Potongan Harga Dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak Pada Matahari Mega Mas Manado. ISSN 2303-1174. Jurnal EMBA Vol.2 No.4 Desember 2014, Hal. 675-687.
- Shimp, A Terence. 2000. "Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu". Jakarta : Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2007. *Integrated Marketing Communication In Advertising and Promotion*, Edisi Ketujuh. New York: McGrawHill.
- Shimp, Terence A. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Edisi 5. Jilid 1. Alih Bahasa : Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta Erlangga. 2000.
- Simamora, Bilson. 2003. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Situmorang, James. R. 2008. "Mengapa Harus Iklan". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 2, hal 188-200.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta
- Sulistiono, Angga. Analisis Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Jupiter MX. Jurnal Ilmiah Kesatuan Nomor 1 Volume 14, April 2012.
- Sutisna. 2003. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.