

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David 2013. **Manajemen Pemasaran Strategis**. Edisi 8. (Ed.) Dedi A. Halim. (Terj.) Wijaya , D., Sekartaji, H.T., Kurnia, H. Jakarta : Salemba Empat.
- Amirullah. 2002. **Perilaku Konsumen**. Edisi pertama, Cetakan pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Anatariona, Rizky. 2014. **Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Televisi, Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Sabun Lux**. Skripsi. Dipublikasikan. Universitas Diponegoro Semarang.
- Azwar. 1997. **Metode Penelitian**. Jilid I. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Chaharsoughhi .S.A. 2011. The Affect of Sales Promotion on Consumer Interest To Purchase in IKKO Automotive Company. **Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology**. 1(4). 1-17.
- Dwivedy. A, Lester. W.J & Robert. E.M. 2015. Celebrity Endorsement, Self Brand Conenction, and Consumer Based Brand Equity. **Journal of Product & Brand Management**. 24(5).449-461,
- Ferdinand, Augusty. 2011. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. **Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan disertai Ilmu Manajemen**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha. J & Haim. H. 2015. The Impact of Product Innovation on Relationship Quaity in Automotive Industry. **Candian Center of Science and Education**. 11(10). 94-103.
- Hardjanti. A & Hari. S. 2014. Pengaruh Dimensi *Endorser Credibility* dan *Brand Credibility* Terhadap Dimensi *Consumer Based Brand Equity*. **Jurnal Ilmiah Widya**. 2(3), 42-50.
- Hasan, Ali. 2014. **Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan**. Yogyakarta : Center For Akademic Publisng Service (CAPS).
- <http://dedesuryadi.com/web/> (diakses pada tanggal 1 Maret 2016).
- <http://marsindonesia.com> (diakses pada tanggal 3 Maret 2016).
- <http://www.mandom.co.id/id/company-in-brief> (diakses pada tanggal 1 April 2016).

<http://www.topbrand-award.com> (diakses pada tanggal 2 April 2016)

- Keller, Kevin Lane. 1998. **Strategic Brands Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Kertajaya, Hermawan. 2015. **Marketing In Challenging Times**. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12. Jakarta : PT.Indeks.
- Kotler, Philip. 1995. **Manajemen Pemasaran**. Jilid I. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jilid 1. Edisi kedua belas. Jakarta : Erlangga.
- Machfoedz, Mas'ud. 2004. **Kewirausahaan, Suatu Pendekatan Kontemporer**. (ED.) Muhammad Munandar. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Majeed. S & Sana. R. 2011. The Impact of Television Advertisement Repetition, Celebrity Endorsement, and Perceived Quality on Purchase Decision. **Australian Journal Of Basic and Applied Sciences**. 5(12). 3044-3051.
- Martey. E.M & Joseph.F. 2014. The Impact Of Celebrities Endorsement On Brand Positioning On Mobile Telecommunication Users In The Eastern Region Of Ghana. **International Journal Of Education And Research**. 2(7). 397-412.
- Maruganantham. G. 2009. Celebrity Effect on Brand Positioning : A Study With Preference To Female Personal Care Products. **The International Journal Applied Management and Technology**. 7(1). 1-17.
- Mayliana & Febriansyah. Analisis Pengaruh *Positioning*, Diferensiasi dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuku Bima Ener G. **Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis**. 17(2). 132-144.
- Morrison. 2010. **Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Prasetijo, Ristiyanti., & Ihalauw John. 2005. **Perilaku Konsumen**. Edisi pertama. Yogyakarta : Andi.
- Putra, Laksamana Pratama. 2015. **Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Positioning Product, dan Perceived Quality yang Dipengaruhi Oleh Inovasi Produk**. Skripsi. Dipublikasikan. Universitas Diponegoro Semarang.

- Qi, Gou & Li Dandan. 2013. The Effect of Brand Position on Consumer Choices of Luxury Brands : A Cross Cultural Study Between British and Chinese Consumers. **Canadian Social Science**. 9(6). 127-139.
- Royan, Frans M. 2004. **Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri**. Jakarta : PT.Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. **Perilaku Konsumen**. Jakarta : Prenada Media.
- Shimp, Terence A. 2003. **Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Edisi 5. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Spry, A, Ravi. P & T. Bettina. C. 2011. Celebrity Endorsement, Brand Credibility, and Brand Equity. **European Journal of Marketing**. 45(6). 882-909.
- Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Resource and Development**. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Surrech. C, K. Anandanatarajan & R. Sritharan. 2015. Effect of Sales Promotion Tools on Customer Purchase Decision With Special Reference To Speciality Product (Camera). **Asia Pacific Journal Of Research**. 1(21). 171-176.
- Swastha, Basu & Irawan. 2002. **Manajemen Pemasaran Modern**. Edisi kedua, Cetakan kesepuluh. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2000. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta : Andi.
- Yee. C. J & Ng. C. S. 2011. Consumers Perceived Quality, Perceived Value, and Perceived Risk Toward Purchase Decision on Automotive. **American Journal of Economics and Business Administration** 3(1). 47-57.