

## DAFTAR PUSTAKA

- A A Ayu Prabeng Ningrum Satyeng Ningrat, Ni Nyoman Kerti Yasa 2019. The effect of advertising and *celebrity endorser* on *purchase intention* with brand awareness as intervening. *Journal of Marketing Studies*, Vol. 5, No. 3 : 79-121
- Ankasaniscara, P. Analisis Pengaruh Celebrity endorsment pada *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus: Peter Says Denim. Universitas Indonesia, <http://customerbuying.studentjournal.ub.ac.id>. Diakses tanggal 25 Juni 2014. Hal. 86-99. Jakarta.
- Annafik, A.F., dan M. Raharjo. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kudungmundu Semarang). *Journal of Management*, 1(2), hal. 274-281.
- Antoro, Agus Dwi., & Endang Sutrasnawati. 2015. Pengaruh Daya Tarik Iklan, *endorser* Dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektifitas Iklan Televisi. *Management Analysis Journal*. 727-734.
- Anastasia Andrea Widjaja. 2015. The Impact of L'Oreal Paris Fall Repair's Celebrity Endorsement towards Consumer *Purchase intention* with *Brand Image* as a Mediating Variable. *iBuss Manajemen*, Vol. 3, No. 2 : 214-221
- Cynthia Agatha, Altje Tumbel, Djurwati Soepeno (2019) " Pengaruh *Brand Image* dan Electronic word of mouth terhadap minat beli konsumen Oriflame di Manado ". Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 131 – 140
- Desilia Eka Priyono 2015. Pengaruh *Celebrity endorser*, Kepercayaan, dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Konsumen Maybelline di Surabaya.
- Evie Ramadhani, Shafwatun Nada 2015, Effect *celebrity endorser*, social media, advertising content youtube and brand awareness to buy consumer interest. Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=3314028>
- Fatmayanti, Susy Raih. 2012. Analisis Iklan dan *endorser* terhadap Pembentukan Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Manis ABC, Diponegoro *Journal of Management* vol 1, No 1, Hal 456-461
- Ferdinand (2013). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferrinadewi, E. 2011. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu, Jakarta.

Fitri Anggraini Gunawan dan Diah Dharmayanti, S.E., M.Si 2015. 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.

Finna Anastasia wijaya, Sugiono Sugiarto 2015, pengaruh *celebrity endorser* terhadap *purchase intention* dengan *Brand Image* sebagai variabel intervening studi kasus iklan produk perawatan kecantikan Pond's. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-12 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbrISSN> (Online): 2337-3792

Ghozali, Imam. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gusti Herdaningtyas, Francly Iriani 2017. Pengaruh Iklan dan Penggunaan Selebritas Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Produk Melalui Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening. Vol 1 No 1 2017 Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SNEBIS) 2017 Fakultas Ekonomi, Universitas Krisnadwipayana ISBN: 978-602-72236-2-2.

Haryadi. 2014. Efektivitas Program Alokasi Dana Nagari (ADN) Satu Miliar Per Nagari (SMpN) Di Kabupaten Pasaman Barat (Kasus Pembangunan Fisik Di Nagari Sinuruik Dan Nagari Rabi Jonggor). *Jurnal Hukum dan Pembangunan* Tahun ke-44 No.1 Januari-Maret 2014.

Hawkins, D.I, dan Mothersbaugh, D.L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw - Hill, Irwin

Irawan, Andry, Nurhayati Indiasuti, Suliyanto. 2010. Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keinginan Berpindah Merek Handphone. *Performance*, Vol. 11 No. 1, Maret 2010.

Juliana, Arifin Djakasaputra, Ira Brunchilda Hubner, Themmy Noval 2018. Pengaruh *Celebrity endorser* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase intention* Produk Kosmetik Etude House Pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan Karawaci. *jurnal ilmiah Skylandsea*, ISSN: 2614- 5154 Volume 2 No. 2 Juli 2018

Kumar, D& Bansal M (2013). Impact of Television Advertisements on Buying Pattern of Adolescent -A Study of Punjab. *IJCSC*, 17-21.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2010). *Marketing Management (14th ed. Horizon Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc

- \_\_\_\_\_. (2012). *Marketing Management*, Edition 14, England: Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Marketing Management*, 13th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Philip Kotler & Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12th ed.)*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Prabawa. et al. 2017. Peran Brand Awareness dalam Memediasi Hubungan Iklan dan Personal Selling dengan Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), hal.889-918.
- Putri Oktaviani, Rahayu Lestari 2017. Pengaruh *Celebrity endorser*, Tagline, Dan Citra Merek Terhadap Kesadaran Merek Konsumen Facial Foam Pond's Di SMK Al-Makmur Ciganjur Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumen Behavior*. 10E Boston: Pearson.
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, 8e. SouthWestern: Cengage Learning.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suprapti, N. W. Sri dan Limakrisna (2013:3). *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press.
- Shah, Syed Saad Hussain., J. Aziz., A. R. Jaffari., S. Weris., W. Ejaz., M. Fatima., and S. K. Sherazi. 2012. The Impact of Brand on Consumer *Purchase intentions*. *Asian Journal of Business Management*, 4(2), pp.105-110.



- Tjiptono, et al . 2011. *Managemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Wicaksono, M. P. A., & Seminari, N. K. (2016).Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka.*E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5098-5127.
- Wahyu Sukmaning Arum 2019.Pengaruh Promosi Penjualan dan *Celebrity endorser* Terhadap Niat Beli Produk Tony Moly Delight Tint (Studi Pada Pengunjung Royal Plaza Surabaya).*Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.
- Widayanto, Pengaruh Kualitas Produk layanan dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Simcard IM3 (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis FISIP Undip), *Jurnal Administrasi Bisnis Volume 7, Nomor 2, September 2018*, pp. 61-67 P-ISSN: 2252-3294 E-ISSN: 2548-4923
- <https://www.gdilab.com/read/2385/infografis-industri-kosmetik-lokal-di-twitter/>., (diakses pada 3 Juli 2019)
- <http://www.pond's.co.id,2015>., (diakses pada 3 juli 2019)
- <https://pakarkomunikasi.com/pengaruh-pesan-iklan-terhadap-brand-awareness>., (diakses pada 4Februari 2019)