

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Pricilia, 2013, “Pengaruh Retail Mix terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UK Petra di Circle K Siwalankerto Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 1. No 2.
- Darmansyah, Muhartini, dan Syamsul Bachri, 2014, “Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)”, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 12, Juni 2014
- Faizan, Aklis, 2014, “Pengaruh Kreativitas Iklan dan Endorser terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap”, *Management Analysis Journal*, Vol 3, Februari 2014.
- Ghozali, Imam., 2011, *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, et al, 2010, *Multivariate Data Analysis*, Edisi 7, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Haubl, G., A. 1996. “Cross-National Investigation of the Effects of Country of Origin and Brand Name on the Evaluation of New Car”. *International Marketing Review*. Vol 13. No 5.
- Hunt, James B, 2001, “The Impact of Celebrity Endorser on Consumers Product Evaluations: A Symbolic Meaning Approach”, University of North Carolina, *Journal of Advertising Research*
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Mulyana, Deddy, 2000, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nike Cholifah, dkk, 2016, “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 36, 1 Juli 2016, 170.

- Puthud, dkk, 2016, "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 34, 1 Mei 2016, 167.
- Schiffman, Leon, dan Leslie Lazar Kanuk, 2008, *Perilaku Konsumen. Alih bahasa: Zoelkifli Kasip*. Edisi ke 7, Prenada Media Group, Jakarta
- Sekaran, Uma, 2011, *Research Methods For Business*, Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta
- Shabrina, dkk, 2016, "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 39, 2 Oktober 2016, 1.
- Shimp, A Terence, 2003, *Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Erlangga, Jakarta.
- Soesatyo, Natalia dan Leonid Julivan R, 2013, "Analisa Credibility Celebrity Endorser Model : Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli "TOP COFFEE", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1, 2013, 2.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Manajemen*, CV Alfabeta, Bandung
- Sulaksana, Uyung, 2003, *Integrated Market Communications*, Pustaka Pelajar Wikipedia Encyclopedia, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy., 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi offset, Yogyakarta
- Tiara Rahma, dkk, 2013, "Pengaruh Persepsi Iklan, Kesadaran Merek, Citra Merek Terhadap Sikap pada Merek dan Keputusan Pembelian", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 11, Desember 2013, 4.
- Wibowo, Bambang setia., 2016, "Pengaruh Kreativitas Dalam Iklan, Reputasi Bintang Iklan dan Waktu Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen", *JBTI*, Vol 7, Februari 2016, 1.
- Wahyuni, Dewi Urip., 2008, "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 10, Maret 2008, 1

Wulansari Desy, 2014, “Pengaruh Persepsi Iklan di Televisi Produk Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi*.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Mie_Sedaap