

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1991. *Managing Brand Equity*. Free Press. New York. Terjemahan Aris Ananda. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Edisi Pertama. Mitra Utama. Jakarta.
- Adam, M. A., dan N. Hussain. 2017. Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Behavior. *British Journal of Marketing Studies* 5(3): 79-121.
- Aldily, R. 2017. *101 Amazing Marketing Ideas*. Edisi Pertama. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta.
- Andianto, R. N. 2011. Analisis Pengaruh Event Sponsorship Dan Iklan Terhadap Brand Image Kartu Seluler. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Belch, G. E., dan M. A. Belch. 2006. *Advertising and Promotion An Intergrated Marketing Communication Perspective*. Internal Edition. McGraw Hill. New York.
- Boyd, H. W., O. C. Walker, dan J. L. Larreche. 1996. *Marketing Management A Strategic Approach with Global Orientation*. 2nd Edition. Richard D. Irwin, Inc. Chicago. Terjemahan Imam Nurmawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Cholifah, N., Suharyono, dan K. Hidayat. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image. *Jurnal Administrasi Bisnis* 36(1): 170-177.
- Dimitra, P. 2008. Event Sponsorship as a Value Creating Strategy for Brands. *Journal of Product & Brand Management* 17(4): 212-222.
- Genoneva dan W. Berliana. 2021. Pengaruh Green Marketing terhadap Brand Image Produk Tupperware. *Journal of Management and Business Review* 18(1) 60-76.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jefkins, F. 2004. *Public Relations*. Fifth Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Jewler, A. J., dan B. L. Drewniany. 2008. *Creative Strategy in Advertising*. Ninth Edition. Thomson Wadsworth. USA.
- Kadafi, M., dan H. Mayasari. 2018. Pengaruh Event Sponsorship dan Membership terhadap Brand Image Futsal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 9(2): 36-53.
- Kartajaya, H. 2002. *Hermawan Kartajaya on MARKETing*. Edisi Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Keller, K. L. 1993. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based-Brand Equity. *Journal of Marketing* 57(1): 1-22.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran jilid 2*. Edisi 8. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., S. H. Ang., S. M. Leong., dan C. T. Tan. 2003. *Marketing Management: An Asian Perspective*. 3th Edition. Pearson Education Asia Pte.Ltd. Singapore. Terjemahan Zein Isa. 2004. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Edisi Ketiga. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Marketing Management*. 13th Edition. Pearson Prentice Hall. Upper Saddle River.
- _____. dan _____. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. Prentice Hall. Upper Saddle River.
- Marselina, D., dan E. H. Siregar. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 8(1): 15-27.
- Maulana, H. K. 2015. Pengaruh Event Sponsorship, Personal Selling, dan Iklan terhadap Brand Image Honda pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Murti, B. Dan Y. Sugiarto. 2014. Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli pada Produk Sepatu Olahraga Adidas. *Diponegoro Journal of Management* 8(3): 1-15.

- Muslim, I. S. 2012. Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek. *Skripsi*. Universitas Indonesia. Depok.
- Mustikorini, D. 2006. Pengaruh Penggunaan Bintang Iklan Televisi terhadap Citra Merek Kukubima Ener-G di Surabaya Selatan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* 5(120): 183-202.
- Nielsen, A. C. 2017. Pertumbuhan Belanja Iklan 2016 Kembali Normal. <https://www.nielsen.com/id/en/press-release/2017/pertumbuhan-belanja-iklan-2016-kembali-normal/>. Diakses tanggal 20 November 2021.
- Pramelani. 2017. Pengaruh Tayangan Iklan TV terhadap Brand Image Bejo Bintang Toedjoe Masuk Angin. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(2): 124-130.
- Prayuna, H. H., dan A. L. Andjarwati. 2013. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Irfan Bachdim dan Event Sponsorship terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Pocari Sweat. *Jurnal Ilmu Manajemen* 1(1): 307-317.
- Rahman, A. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Cetakan Pertama. Trans Media. Jakarta
- Rangkuti, F. 2002. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Cetakan Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riduwan. 2010. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan 10. Alfabeta. Bandung.
- Rini, E. S., dan D. W. Astuti. 2012. Pengaruh Agnes Monica sebagai Celebrity Endorser terhadap pembentukan Brand Image Honda Vario. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen* 6(1): 1-12.
- Rossiter, J. R. Dan L. Percy. 1998. *Advertising Communications and Promotion Management*. 2nd Edition. McGraw-Hill. Singapura.
- Royan, F. M. 2004. *Marketing Celebrities: Selebriti dalam iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Edisi Pertama. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Salim. dan Haidir. 2019. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Edisi Pertama. Kencana. Jakarta.
- Santoso, S. 2011. *Riset Pemasaran dan Aplikasi SPSS*. Cetakan Pertama. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.

- Schiffman, L. G., dan L. L. Kanuk. 2010. *Consumer Behaviour*. 10th Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Shimp, T. A. 2002. *Advertising Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communications*. 5th Edition. Harcourt College Publisher. San Diego. Terjemahan: Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2010. *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. 8th Edition. Cengage Learning. South-Western. Terjemahan: Harya Bima, Fitri Santi, dan Annisa Puspita. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Edisi 8. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Keempat. Cetakan Kesembilan Belas. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua Puluh Tiga. Alfabeta. Bandung.
- Sukma, K. A. D. S. K., I. K., Nurcahya, dan A. Suryani. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. *E-jurnal Manajemen Unud* 5(7): 4016-4043.
- Sunyoto, D. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Cetakan II. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Suyasa, C. I. S. T. U. dan A. Suryani. 2014. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Anggun Cipta Sasmi terhadap Brand Image pada Iklan Produk Shampoo Pantene di Kota Denpasar. *E-jurnal Manajemen Unud* 3(3): 644-658.
- Syachran, F. 2018. Pengaruh Iklan dan Personal Selling terhadap Brand Image Indosat di Kota Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. Makassar.
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi. Yogyakarta.