

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- A, Shimp, Terence (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- A. Shimp, Terence. and J. Craig, Andrews. 2013. Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications. Cengage Learning. All Rights Reserved.
- Basu, Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Belch, George dan Belch, Michael. 2009. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. New York: McGraw Hill.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches)* (Fourth Edition ed.). Sage Publications, Inc.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2013). Consumer Behavior Building Marketing Strategy (Vol. XII). McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (A Global Perspective (7th Edition) ed.)*. United Kingdom: Pearson Education.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012, March). An assesment of the use of partial least square structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Holton, E. F., & Burnett, M. F. (2005). *Research in Organizations (Foundations and Methods of Inquiry)*. (E. F. Richard A. Swanson, Ed.) San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. Perjalan Pemikiran Konsep Pemasaran. Surabaya: Penerbit Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management*. New Jersey: Pearson

Education.

Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* jilid 2 edisi 8. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta.

Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Malhotra, Naresh K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)* (Edisi 4 Jilid 1). New Jersey, Indonesia: PT. Indeks.

Schiffman & Kanuk, (2007), *Perilaku Konsumen*, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indexs.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Four Types of Scales*. In U. Sekaran, & R. Bougie, *Research Methods for Business (A Skill-Building Approach Sixth Edition ed.)*. Wiley.

Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, 8e. South-Western: Cengage Learning.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Andy Yogyakarta
Tjiptono 2008. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi pertama, Yogyakarta.

Tjiptono dan Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wong, K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1).

Jurnal:

Ajzen, I., & Fishbein, M., 1975, Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, 129-385, Addison-Wesley, Reading, MA.

Ajzen, I. 1991. "The Theory of Planned Behaviour", *Organizational Behaviour and Human Decision Processes. Journal of Psychology & Health* 50, 179-211.

Alvida. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Niat Beli Produk Wardah. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 4. Nomor 3.

Ash- Shiddiq, Fahri Nur Taufik. 2014. Pengaruh Celebrity Endorser Valentino Rossi Terhadap Brand Image Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom). *Jurnal Universitas Telkom*.

Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ekhlassi, Maghsoodi, Mehrmanesh, 2012. Determining the integrated marketing communication tools for different stages of customer relationship in digital era. *International Journal of Information and Electronics Engineering*, 762.

Gupta, P., Seetharaman, A., & Raj, J. R. (2013). The usage and adoption of cloud computing by small and medium businesses. *International Journal of Information Management*, 861-874.

Kamins, M.A. (1990). An Investigation into the Match-Up-Hypothesis in Celebrity Advertising when Beauty be Only Skin Deep. *Journal of Advertising*, 19, No.1, 4-13.

Kurniawan, F. J., & Kunto, Y. S. (2014). Analisa Pengaruh *Visibility, Credibility, Attraction*, dan *Power Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8.

Kwong, Ken., and Wong, Kay. (2013). Technical Note 1 Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*.

Morissan. 2010. PERIKLANAN: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta:

Kencana Prenada media Group.

- Ohanian, R., (1990), "Construction and Validation of A Scale to Measure Celebrity Endorser's Perceived Expertise, Trustworthiness and Attractiveness," *Journal of Advertising*, Vol. 19, No. 3, pg. 39-52.
- Putra, I Ketut Trya Darma dan Eka Sulistyawati. 2015. Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 6, 2015: 1722-1734 ISSN: 2302-8912.
- Resmawa, Ira Ningrum. 2017. Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1, No.2, April 2017 ISSN 2541-1438; E-ISSN 2550-0783, Published by STIM Lasharan Jaya.
- Sabdosih, Zakiya. 2013. Pengaruh Variabel Celebrity Endorser terhadap Citra Merek L'oreal (Studi Produk L'oreal Paris Total Repair di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 1, No.2: Semester Genap 2012/2013*.
- Stephanie, E., Rumambi, L.J., dan Sondang, Y. 2013. Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(2) h:1-9.
- Wang, Yai, H., Tsai, Ching, F. 2014. The Relationship Between Brand Image and Purchase intention: evidence from award winning mutual funds. *The international Journal of Business and Finance Research*, 8(2), 27-40.
- Wijaya dan Sugiharto. 2015. Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kaus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's), *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.9 No.1, April 2015, yang diakses dalam jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19373, pada tanggal 13 Oktober 2019 pukul 10.00.
- Young, Mark, S, Pinsky, Drew. 2006. Narcissism and celebrity. *Journal of Research in Personality*, 1-9.
- Internet:
- ArenaLTE. Oppo Raisa *Phone*, Penampilan Baru F1S yang Lebih Elegan Demi Sang Bintang, diakses pada tanggal 5 October 2019 dari www.arenalte.com.
- id.priceprice. 2016. Menyelip Samsung, Asus Kuasai Pasar *Smartphone* Indonesia

- Tahun 2015, diakses pada tanggal 5 October 2019 dari id.priceprice.com.
- Mandalamaya. 2013. Sejarah Perusahaan *Handphone* Oppo, diakses pada tanggal 5 October 2019 dari www.mandalamaya.com.
- Mix. 2018. Tim Sukses Oppo Menembus Pasar Indonesia, diakses pada tanggal 5 October 2019 dari www.mix.co.id.
- Reviewland. 2017. TOP 5 Merek Handphone Terlaris di Dunia & Terlaris di Indonesia, Malaysia, China, India, (Selama Tahun 2016), diakses pada tanggal 5 October 2019 dari www.reviewland.com.
- TechinAsia. 2014. Indonesia Diproyeksi Lampau 100 Juta Pengguna *Smartphone* di 2018, Keempat Di Dunia, diakses pada tanggal 5 October 2019 dari www.TechinAsia.com.
- Uzone.id. 2016. Oppo Buat Ponsel Edisi *Raisa*, diakses pada 14 October 2019 dari www.Uzone.com
- Beritasatu. 2012. Urusan Aksesori, Masyarakat Indonesia masih “*Brand Minded*”, diakses pada tanggal 11 October 2019 dari www.beritasatu.com
- Databoks. 2016 Televisi Masih Menjadi Media Favorit Masyarakat, diakses pada tanggal 5 October 2019 dari databoks.katadata.co.id.









