

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, & J.L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34, 3.
- Azhar, P. N., & Tarik, P. D. (2014). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK FRESH CARE MELALUI BRAND IMAGE. 2, 1197–1207.
- Baheti, Gunjan & Kumar Jain, D. (2012). The Impact Of Advertising Appeals On Customer Buying Behavior. *International Journal Of Research In Commerce & Management*, 11, 3.
- Bungin, & Burhan. (2013). *Metodelogi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Elizabteh Stephanie. (2013). Analisis pengaruh Rio Dewanto dan Donita sebagai celebrity endorser terhadap minat beli ulang produk AXE ANARCHY dengan daya tarik iklan dan efek iklan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 1–9.
- Eriko. R, S. A. dan B. P. (2012). Tayangan Iklan dalam Membangun Kesadaran Merek. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1, 1–18.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, & I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (7th ed.). Semarang: UNDIP Press.
- Gunarso, S. D. dan Y. S. D. G. (2005). *Psikologis Praktis Anak, Remaja dan Keluarga*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.Sab’atun.
- Gunawan, F. A., & Dharmayanti, D. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond’S Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.7498/aps.62.170507>
- Hamid, F. Z., & Hartati, T. (2013). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser dan Jingle dalam Iklan Televisi Mentari (Indosat) terhadap Brand Awareness pada Karyawan di Lingkungan Beji Depok. *Epigram*, 10 (2), 80–88.
- Harly, G. S., & Octavia, D. (2017). Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Ulang Merek Lokal Pada Tahun 2013 – 2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 140. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i2.358>

- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Umum Grafiti.
- King, K. N., & Paramita, E. L. (2016). Foodstagram endorsement and buying interest in cafe/restaurant. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2010). *Marketing Management* (12th ed.). Prentice Hall.
- Kurnyawati, M. D., & Yulianto, E. (2014). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2012-2013 yang Menggunakan Produk Sabun Mandi Merek Lifebuoy)*. 16(1).
- Latan, H., & Temalagi. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mudiantono, & Satrya, D. (2014). Analisis pengaruh iklan dan kredibilitas endorser terhadap kesadaran merek untuk meningkatkan sikap terhadap produk minuman bersoda merek Fanta. *Diponegoro Journal Of Management*, 3, 1–8.
- Nguyen Ngoc Duy Phuong, T. T. D. T. (2018). Repurchase intention : the effect of service quality, system quality, information quality, and customer satisfactions mediating role: a pls approach of e-commerce ride healing service in Vietnam. *International Journal Of Research In Commerce & Management*, 5, 78–91.
- Nugroho, S. . dan M. (2013). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kekuatan Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness dan Dampaknya terhadap Brand Attitude Handphone Nokia: Studi Kasus pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 3, 1–11.
- Oktaviani, P., Lestari, R., & Email. (2017). PENGARUH CELEBRITYENDORSER, TAGLINE DAN CITRAMERK TERHADAP KESADARAN MEREK KONSUMEN FACIAL FOAMPOND'S DI SMK AL-MAKMUR CIGANJUR JAKARTA SELATAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 99–110.
- Pratiwi, A. C., Suharyono, & Hidayat. (2012). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Axe. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 4, 1–9.
- Rahayu, E. E. (2019). Pengaruh Karakteristik Bintang Iklan dan E-Commerce terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion di Kota Madya Madiun. *JURNAL EKOMAKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(2), 108–111. <https://doi.org/10.33319/jeko.v7i2.10>

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia.
- Rochmania, L., & Prabowo, F. S. (2015). Pengaruh celebrity endorsement pada instagram terhadap minat beli ulang produk mode lokal (studi pada sharena gunawan). *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing selebritis, selebritis dalam iklan dan strategi selebriti memasarkan diri sendiri*.
- Saidani, B., Ekonomi, F., Negeri, U., Lusiana, L. M., Ekonomi, F., Negeri, U., ... Pembelian, M. (2019). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN*. 10(2), 425–444.
- Saputro, R. Y., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 di Dealer Astra Honda Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 1–17.
- Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., & Iskandar, V. (2018). *Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Dan Café Di Surabaya*. 393.
- Shimp, A. (2007). *Periklanan Promosi* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2005). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Soesatyo, N., & Rumambi, L. J. (2013). Summary for Policymakers. *Climate Change 2013 - The Physical Science Basis*, 1(2), 1–30.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Suciningtyas, & Wulan. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal ISSN*, 1, 1.
- Sugiardi, B. A. (2017). Pengaruh iklan dan atribut produk terhadap brand awareness pada produk Hufagripp. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3, 30–35.
- Sugiarto, F. D., Widjaja, A. W., & Supratikno, H. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suhandang. (2005). *Periklanan Manajemen, kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Suharyadi, & Purwanto. (2016). *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya*.
- Tanoni, R. V. (2017). MEREK DAN SIKAP PADA MINUMAN ISOTONIC MIZONE DI SURABAYA. *Manajemen Pemasaran*, 3, 3–6.
- Winatapradja, & N. (2013). Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Donat. *Jurnal EMBA*, 3, 958–968.
- Yanti, A. J. A. M. dan I. (2007). *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.