

Daftar Pustaka

- Angio, Ikbal. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Soul di Kota Gorontalo (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Hasjrat Abadi). *Jurnal Manajemen*. Gorontalo.
- Dharmesta, B. S., & T. H. Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama ed. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Febriyanti, Rizky Suci. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 5, Mei 2016.
- Handre Haryantana, I Putu Gede. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda *Scoopy* di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 9, 2015: 2806 – 2830.
- Listyawati, Indri Hastuti. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Yogyakarta. *JMBA – Vol.II*, No.1, Maret 2014.
- Kotler, P. Dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta. 2009. *Management Pemasaran*. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. PT. Indeks, Jakarta.
- Kurniawan, Fransisca Juanda. 2014. Analisis Pengaruh *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* Bedak

Marcks Venus. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.2, No. 1, (2014)
1 – 8.

Mardiana, Mia. 2012. Cakupan umum : Promosi, iklan & Cakupan Khusus :

Endorser. www.pengertian-endorser-alat. Di akses tanggal 25 Oktober 2016.

Mulyawati, Rizka. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 24 No. 1 Juli 2015. Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Nuraini, Alfiyah. 2015, Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Skripsi Ekonomi Universitas Negeri Semarang*. Di akses tanggal 27 Oktober 2016.

Pamungkas, Ariya. 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan *Celebriti Endorser* Terhadap Minat Beli (Studi Pada Handphone Merek Nokia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Di akses tanggal 27 Oktober 2016, dari <http://eprints.uny.ac.id/15131/>

Priyatno. Dwi (2014). Belajar Cepat Data Statistik dengan SPSS.

Rizal Dinggon, Mohamad. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorser dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado. Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3 Sept. 2015, Hal. 1370 – 1382.

Setyaningsih, Darmawan Didit. 2004. Pengaruh Citra Merek Terhadap Efektivitas Iklan, *Jurnal Media Mahardika Vol 2 No.3 Hal 41 -49*

- Setyanti, Elfa Putri. 2015. IDC : Penjualan Smartphone di Seluruh Dunia Tahun 2015 Mencapai 1,4 Miliar Unit. <https://id.techinasia.com/idc-penjualan-smartphone-2015>. Di akses tanggal 26 Oktober 2016.
- Shimp, Terence. 2003. Periklanan Promosi Aspek – aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. Diterjemahkan oleh : Revyani Sahrial. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis. ALFABETA. CV. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Wahyono, Budi. 2013. Selebriti Sebagai *Endorser* Produk Dalam Periklanan. <http://www.pendidikanekonomi.com>. Di akses tanggal 26 Oktober 2016.
- Wiranata, Fahmi. 2013. Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Nokia di Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Artikel liputan 6. 3 Maret 2014. <http://tekno.liputan6.com/kategori/android>
www.techno.okezone.com
www.Samsung.com