

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Fahmi (2013). *Rilis Taste of Asia, Indomie Perkuat Segmen Premium*. [online]. Tersedia: <http://mix.co.id/headline/rilis-taste-of-asia-indomie-perkuat-segmen-premium>. [18/12/15]
- Armstrong, Garry & Kotler. (2012). *Principles of Marketing*. Edisi 14, Global Edition. Pearson Education.
- Buchory, Achmad Herry & Saladin Djaslim.(2010).*Manajemen Pemasaran*:Edisi Pertama.Bandung:Linda Karya
- Chan, Kara. (2013). Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Image Among Chinese Adolescents. *Journal of Young Consumers*, Vol. 14 Iss 2, pp. 167-179. Diambil dari Emerald Insight.
- Faradissa. (2011). *Bertindaklah Sebagai Market Leader Sebagai Strategi Mempertahankan Top Brand*.Frontier Consulting Group.[online]. Tersedia: <http://www.frontier.co.id/bertindaklah-sebagai-market-leader-sebagai-strategi-mempertahankan-top-brand.html>. [17 Agustus 2015]
- Harmoko. (2014). *Jakarta Kian Sesak*. Pos Kota. [online]. Tersedia: <http://poskotanews.com/2014/08/07/jakarta-kian-sesak/>. [14 September 2015]
- Indofood. *Visi, Misi, Sejarah Indofood*. [online]. Tersedia: [www.indofood.com](http://www.indofood.com)
- Kertamukti, Rama (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta :Raja Grafindo Persada
- Kotler, P. dan Keller, K. (2012). *Marketing Management*, (14th edition). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. dan Keller, K. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan oleh : Bob Sabran, Edisi ke Tiga belas Jilid 2, Jakarta : Erlangga,

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2006), *Marketing Management*, Pearson Education Inc
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kpl, Jje. (2014). *Al Ghazali dan Prilly Sukses Bawa Pulang Penghargaan Teenage Idol*. [online]. Tersedia: <http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebri/al-ghazali-dan-prilly-sukses-bawa-pulang-penghargaan-teenage-idol-23a0a5.html>. [8 September 2015]
- Lee, Monle & Johnson. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Hlobal*, Kencana, Jakarta
- Leslie, Larry Z. (2011). *Celebrity in 21th Century*. California: ABC-CLIO, LLC.
- Lombo E. Viktor, dan Tielung. (2014). The Impact Of Celebrity Endorsement To Youth Consumer Purchase Decision On Adidas Apparel Product. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Akutansi*. Vol. 2 No.3. Hal 1246-1254. Diambil dari [ejournal.unsrat.ac.id](http://ejournal.unsrat.ac.id)
- Lomboan, Syutria. ( 2013). The Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Image. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Akutansi*. Vol. 1 No. 3. Hal. 788-795. Diambil dari [ejournal.unsrat.ac.id](http://ejournal.unsrat.ac.id)
- Lukman, Enricko. (2014). *Seberapa Efektifkah Iklan Di TV Indonesia?*. [online]. Tersedia: <https://id.techinasia.com/seberapa-efektifkah-iklan-di-tv-indonesia/>. [8 September 2015]
- Mery. (2014). *Biodata Al Ghazali Lengkap*. [online]. Tersedia: <http://sippost.com/biodata-al-ghazali-lengkap/>. [17 Agustus 2015]
- Morgan, Roy. (2015). *Delhi to Dunedin, Beijing to Ballarat: The Time Spent With TV, Internet, Newspapers And Radio Across Asia*. [online]. Tersedia: <http://www.newsmaker.com.au/news/35770/delhi-to-dunedin-beijing-to>

- ballarat-the-time-spent-with-tv-internet-newspapers-and-radio-across-asia. [13 Juni 2015]
- Mulyadi, Ivan. (2014). *Duel Seru Mie Instan: Si Seleraku VS Si Sedap*. [online]. Tersedia: <http://www.marketing.co.id/duel-seru-mie-istan-si-seleraku-vs-si-sedap/>. [1 September 2015]
- Mulyatiningsih, Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Mustafidah, Tukiran Taniredja Hidayati. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Pasolong, Harbani. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Pical, Gadi. (2015). *Indomie, Produk Terlaris di Indonesia*. [online]. Tersedia: [http://www.kompasiana.com/picalgadi/indomie-produk-terlaris-di-indonesia\\_55764697cd92739843bb9ed4](http://www.kompasiana.com/picalgadi/indomie-produk-terlaris-di-indonesia_55764697cd92739843bb9ed4). [17 Agustus 2015]
- Priyanto, Agus. (2014). *Al Ghazali Bantah Persembahkan Penghargaan Buat Pacar*. [online]. Tersedia: <http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/al-ghazali-bantah-persembahkan-penghargaan-buat-pacar-cf4b9f.html>. [8 September 2015]
- Priyatno, Duwi. (2011). *SPSS: Analisis Statistik Data*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rangkuti, Fredy. (2011). *Riset Pemasaran*. Cetakan ke 10. Jakarta : Percetakan PT. Gramedia.
- Rezamonda, Jessica. (2014). *Potensi Bintang Al Ghazali: Al Ghazali Dinilai Punya Potensi Menjadi Bintang Besar*. Sinar Harapan. [online]. Tersedia: <http://www.sinarharapan.co/news/read/140731041/potensi-bintang-al-ghazali>. [17 Agustus 2015]

- Riduwan, dan Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rini S. Endang, dan Astuti, Dina. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 6 No.1 Hal. 1-12. Diambil dari Portal Garuda.
- Robinson, David. (2015). *Asia Keeps Its Appetite for Instant Noodles*. Financial Times[online]. Tersedia: [http://www.ft.com/intl/cms/s/4d1c70ee-167b-11e5-8095-00144feabdc0,Authorised=false.html?siteedition=intl&\\_i\\_location=http%3A%2F%2Fwww.ft.com%2Fcms%2Fs%2F3%2F4d1c70ee-167b-11e5-8095-00144feabdc0.html%3Fsiteedition%3Dintl&\\_i\\_referer=&classification=conditional\\_premium&iab=barrier-app](http://www.ft.com/intl/cms/s/4d1c70ee-167b-11e5-8095-00144feabdc0,Authorised=false.html?siteedition=intl&_i_location=http%3A%2F%2Fwww.ft.com%2Fcms%2Fs%2F3%2F4d1c70ee-167b-11e5-8095-00144feabdc0.html%3Fsiteedition%3Dintl&_i_referer=&classification=conditional_premium&iab=barrier-app). [1 September 2015]
- Royan, Frans M. (2005). *Marketing Celebrities: Selebriti Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sabunwala, Zohra. (2013). Impact Of Celebrity Brand Endorsement On Brand Image And Product Purchases – A Study For Region Of India. *International Journal Of Research in Business Management*. Vol. 1, Issue 6, Nov 2013, 37-42. Diambil dari Impact Journal.
- Saeed, Murtuza dan Bhatia, Pooja.(2014). Impact Of Celebrity Endorsement On The Image Of Brand On Costumer's Mind. *International Journal Of Business And Management Invention*. Vol. 3 Issue 11. PP 01-05. Diambil dari [www.ijbmi.org](http://www.ijbmi.org)
- Santoso, Singgih. (2015). *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat, Jakarta.

- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Jakarta*: Salemba Empat.
- Shimp, A. Terence.( 2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Terpadu*. Edisi 5. Jilid I, Jakarta : Erlangga
- Shimp, A. Terence (2010), *Advertising, promotion , & other aspects of Integrated Marketing Communication*, 8th Edition, South-Western, Cengage Learning.
- Sivesan, S.(2013). Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Equity In Cosmetic Product. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*. Vol. 2, No. 4. Hal. 1-11. Diambil dari [www.Garph.co.uk](http://www.Garph.co.uk)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistian, Ogi. (2011). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan: Tidak Diterbitkan.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryani, Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy (2011). *Manajemen & Strategi Merek (Seri Manajemen Merek 01)*. Yogtakarta: ANDI.

- Tjiptono, Fandy & Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Top Brand Award. (2015). *Top Brand Index 2015 Fase 1*. [online]. Tersedia: [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2015\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1). [12 Juni 2015]
- Triwijanarko, Ramadhan. (2015). *Brand Endorser Jadi Pengaruh Kuat Pembelian*. Marketeers. [online]. Tersedia: <http://marketeers.com/article/brand-endorser-jadi-pengaruh-kuat-pada-pembelian.html>. [15 Agustus 2015]
- Widoyoko, E. Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Wimbarsana. (2015). *Dekat Dengan Al Ghazali, Nadira Adnan Down Dibully Haters*. [online]. Tersedia: <http://www.bintang.com/celeb/read/2321608/dekat-dengan-al-ghazali-nadira-adnan-down-dibully-haters>
- World Instant Noodles Association.(2015). *Global Demand for Instant Noodles*. [online]. Tersedia: <https://instantnoodles.org/noodles/expanding-market.html>. [1 September 2015]