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

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/selebriti/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

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

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-instan-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. [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. [1 September 2015]

Royan, Frans M. (2005). *Marketing Selebrities: 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

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

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. [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]