

DAFTAR PUSAKA

Buku

Agus, Salim. (2001). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial dari Denzin Guba dan Penerapannya*. Yogyakarta: Tiara Wacana

Andi Prastowo. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media

Belch, George., & Michael, Belch. (2009). *Advertising and Promotion (an integrated marketing communications perspective)*. New York : McGraw-Hill Irwin

Bungin, Burhan (2001) *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta:Gajah Mada

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Dinnie, Keith. (2015). *Nation Branding: Concept, Issues, Practice 2nd Edition*. New York : Routledge

Keller, Lane (1993), *How to Manage Brand Equity*. Jakarta: Erlangga

Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey : Prentice Hall

Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management*. New Jersey : Pearson Education.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.

Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. New Jersey : Wiley.

Malhotra. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation. International Edition*. New Jersey : Pearson.

Moleong, Lexy J. (1990). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Moleong, J.Lexy (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Royan, Frans. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Schiffman, Leon G., & Leslie, Lazar, Kanuk. (2007). *Consumer Behavior 9E*. New Jersey : Pearson Education.

Shimp, Terrence A. (2000). *Advertising, Promotion & Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications*. Illinois : Dryden Press

Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D) Cetakan Kelima*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Surachman S.A. (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang : Bayumedia Publishing.

Sutojo, Siswanto (2014). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta : PT. Damar Mulia Pustaka.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : ANDI.

Skripsi

Zaki, Syarif (2017) Analisis Tiga Dimensi Brand Image Pada Media Sosial Twitter @IM3OOREDOO, <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

Noviyanti, Kristina Ade Putri (2017), Strategi Branding Melalui Penggunaan Brand Ambassador Di PT Kereta Api Indonesia Persero Kantor Pusat Bandung Studi Kasus ST12 Sebagai Brand Ambassador, <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

Chandra Dewi A, Nadia (2017), Analisis Brand Image Produk Air Conditioner Panasonic di Yogyakarta, <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Arisandi, Alvin Desty (2016), Peran Brand Placement Melalui Media Film Dalam Menciptakan Brand Image (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peran Brand Placement Audi Pada Film Transporter 3 dalam Menciptakan Brand Image Audi di benak Audience), <http://e-journal.uajy.ac.id>

Jurnal

Susanto, Tri. Harahap ,M Sahyaka Dirga (2017), Analisis Penggunaan Celebrity Brand Ambassador (Studi Kasus Celebrity Brand Ambassador Nagita Slavina, Raffi Ahmad Dalam Gigieatcake), <http://e-jurnal.lppmunsera.org>

Yulianto, Edi. Hidayat, Kadarisman. Khoirudin Miftah (2016), Penerapan Green Marketing Pada Upaya Membentuk Brand Image Dalam Menciptakan Corporate Image Go Green (Studi Pada Pt. Cabot Indonesia, Jakarta), <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>

Widiawati, Endah (2016), Kecocokan Celebrity Endorser Dengan Citra Merek. Journal.lppmunindra.ac.id

Muna, Maulida (2016) Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Kampanye Produk Kosmetik Wardah Inspiring Beauty, Lib.ui.ac.id

Gwinner, Kevin P. Eaton, John. (2013), Building Brand Image Through Event Sponsorship: The Role of Image Transfer, <http://www.tandfonline.com>

Hung, Kenita (2014), Why Celebrity Sells: A Dual Entertainment Path Model of Brand Endorsement, <http://www.tandfonline.com>

Nelson, Okori, Agbaleke, Deborah (2017), Credibility Endorsement Influence on Brand Credibility: A Critical Review of Previous Studies, www.researchgate.net

Das .Prof. Saumendra, Padhy Prof. Prasant Kumar, (2012) Brand Perception By Celebrity Endorsment, <https://papers.ssrn.com>

Denzin, Norman K & Yvonna S. Lincoln ed. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications

Internet

(<http://m.metrotvnews.com/ekonomi/mikro/MkMyj6Vk-industri-sektor-makanan-meningkat-signifikan>, diakses pada 20/9/17 pukul 14:01 wib).

(<https://www.tandapagar.com/wisata-kuliner-terbaik-se-indonesia>/diakses pada 15/9/17 17:30 wib)

(<https://www.kaskus.co.id/thread/ini-dia-5-kota-wisata-kulier-favorit-di-Indonesia/> di akses 15/9/17 20:00 wib)

(www.hipwee.com/30-artis-pemilik-kue-kekinian diakses pada 15-09-2017 pukul 19:30 wib)

(<http://jabar.tribunnews.com/2017/06/30/ini-dia-cara-kerja-calo-bandung-makuta-dan-princess-cake-yang-jadi-incaran-pembeli/> diakses pada 20/9/17pkl 09:12 WIB)

(<https://celebrity.okezone.com/read/2016/11/18/13/1544801/laudya-cynthia-bella-meroket-dengan-berbagai-penghargaan-dunia-film-nasional> diakses pada 16-01-2018 Pukul 19:17)

(<http://marketeers.com/pentingnya-brand-ambassador-bagi-garnier/> – diakses pada 15/9/17 18:27 wib)

(www.Instagram.com/bandungmakuta diakses pada 20 september 2017 pukul 19:00)

(www.Instagram.com/laudyacynthiabella diakses pada 20 september 2017 pukul 19:00)

(<http://lifestyle.kompas.com/read/2012/07/13/12221729/5.konsep.dasar.bisnis.kuliner/> diakses pada 20-9-17 7;57pm)