

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan jurnal

Ali, Muhammad. (1985). *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa

Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta

_____. (2008). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta

Amos, Clinton. (2008). *Exploring the Relationship Between Celebrity Endorser Effect and Advertising Effectiveness: A Quantitative Synthesis of Effect*. World Advertising Research Center: International Journal of Advertising

Arikunto, Suharsimi. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Bina Aksara.

_____. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta

Apejoye, Adeyanju. (2013). *Influence of Celebrity Endorsment of Advertising on Student's Purchase Intention*. Journal of Mass Communication Abdu Gusau Polytechnic Nigeria

Apriliani, Putri. (2010). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen, Celebrity Endorser, Brand Image, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Lux*. Jakarta: Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis UIN Jakarta

Badan Pusat Statistika (2013). *Bandung Dalam Angka 2013*. Bandung: BPS

Bowen, Philip Kotler and James C Maken. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice Hall

Bowie, David and Buttle, Francis. (2004). *Hospitality Marketing: an Introduction*. Asterdam: Elsevier

Cho, Eunjoo. (2011). *Development of a Brand Image Scale and the Impact of Lovemarks on Brand Equity*. Graduate Thesis and Dissertations. Digital Repository Iowa State University.

Clow, Kenneth E and Donald Baack. (2002). *Intergrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. New Jersey: Prentice Hall

Fery Hidayat , 2014

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP BRAND IMAGE BOBER CAFE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Dong-Jenn Yang, Jyue-Yu Lo, Sheng Wang. (2012). *Transfer Effects: Exploring The Relationship Between Celebrity and Brand. The International Journal of Organizational Innovation Vol 4 Num 4 Spring*. Taiwan
- Dzisah, Wilson Edzorna and Chosniel Elikem Ocloo. (2013). *Celebrity Endorsment and Consumer Buying Behaviour: Enchancing the Promotion Function of Marketing in the Central Business Area of Accra, Ghana. European Journal of Business and Management*
- Damanik, Janianto dan Helmut Weber. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta:Puspar UGM dan Andi
- Hasan, Ali (2009). *Edisi Baru Marketing*. Jakarta: Buku Kita
- Hoekman, M.L.L. (2011). *Celebrity Endorser: How Does Celebrity Endrosment Influence The Attitude Towards The Brand and How Does Negative Publicity Affect This Relationship*. Journal of International Business administration.Tillburg University
- Khatri, Puja. (2006). *Celebrity Endorsment: A Strategic Promotion Perspective. Indian Media Studies Journal*. India
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall
- Korchia, Michael. (2004). *The Effects of Brand Associations on Three Constructs. Proceeding on 33th EMAC Conference*. Spain
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principles of Marketing 15 Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- _____ and Kevin L. Keller. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Marsum. (2008). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Jogjakarta: Andi
- Munyau, Peary Kilei dan Fred Mugambi Mwirigi. (2013). *The influence of Costumer Loyalty on Celebrity Endorser Choice Decision Making: An Exploratory Survey of Customers of Selected Celebrity Endorsed Products in Kenya*. European Journal of Business and Management
- Morrison, Alastair M. (2010). *Hospitality and Tourism Marketing International Edition 4th*. Cengage Learning
- Ninemier, Jack D and David K Hayes. (2006). *Restaurant Operations Management: Principles and Practices*. New Jersey: Prentice Hall

- Rachita, Jayswal M, B. K. Nirmala and Panchal Priya K. (2013). *Exploring the Impact of Single Celebrity vs Multiple Celebrity Endorsement on Consumer's Brand Choice Behavior. International Journal of Marketing & Business Communication India*
- Rangkuti, Freddy (2009). *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Riduwan. (2009). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Rini, Endang Sulistya Dina Widya Astuti. (2012). *Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara (USU) Medan
- Royan, Frans. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santosa, Andhika Pratama Damai. (2010). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Produk Extra Joss Di Wilayah Rungkut Surabaya*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
- Sari, Dinny Puspita dan Edin S. Djatikusuma. (2013). *Pengaruh Celebrity Endorser Ayu Ting Ting Dalam Iklan Televisi Terhadap Brand Image Produk Mie Sarimi*. Jurnal Jurusan Manajemen STIE MDP
- Sekaran, Uma. (2010). *Research Method for Business fifth edition*. New Jersey : John Wiley & Sons.Inc
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Shimp, Terence A. (2007). *Advertising Promotion Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication*. Orlando: Harcourt. Inc
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : Andi

- _____. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Umar, Husein. (2008). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Utami, Cok Istri Sri Tyas dan Suyasa Alit Suryani. (2013) *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Anggun Cipta Sasmi Terhadap Brand Image Pada Iklan Produk Shampoo Pantene di Kota Denpasar*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali Indonesia
- Tobing , Renaldo M.L. (2013). *Pengaruh Penggunaan Iwan Fals Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Terhadap Brand Image Top Coffee*. Jurnal *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*
- Wahab, Salah. (2006). *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Pramita
- Wibowo, Agung Edi. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*.
- Internet
- Basith Patria (2014). *Bandung Masuk Kota Pariwisata Dunia*. [online]. Tersedia: <http://www.prfmnews.com> diakses 10 Februari 2014
- BPS. (2013). *Jumlah Kedatangan Wisman Mancanegara*. [Online]. www.bps.go.id diakses pada 25 Januari 2014..
- Dinas Budaya dan Pariwisata Jawa Barat (2012). *Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat*. [Online]. www.jabarprov.bps.go.id. 25 Januari 2014.
- Gloria Samantha. (2013). *Kontribusi Bagi Industri Pariwisata Negeri*. [Online]. Tersedia: www.nationalgeographic.co.id diakses pada 26 Januari 2014
- Husein. (2014). *Tahun 2013, wisatawan domestik di Jabar naik 20 persen*. [online]. Tersedia: <http://www.lensaindonesia.com> diakses pada 13 Februari 2014
- Puskompublik. (2014). *Menparekraf: Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Menjanjikan Kabar Baik*. [Online]. Tersedia: <http://www.parekraf.go.id> diakses pada 6 Februari 2013

Sri Anindiati Nursastri. (2014). Bandung, Kota Favorit Kuliner di Indonesia. [online]. Tersedia: www.travel.detik.com diakses pada 21 Februari 2014

Syarif Abdullah. (2014). *Jabar Dorong Pariwisata Sebagai Potensi Ekonomi Baru*. [online]. Tersedia: www.antarajawabarat.com diakses tanggal 7 Februari 2014

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KN.73/ PVV105/ MPPT-85

Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/ Menkes/ Per/ 89 Tentang Persyaratan Rumah Makan