

DAFTAR PUSTAKA

- AB, S., & Hilmawan, W. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Corder, G. W., & Foreman, D. I. (2009). *Nonparametric Statistics for Non-Statisticians*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Dewi, J. I. (2005). *Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis, dan Karir*. Yogyakarta: Penerbit Amara Books.
- Donelson, D. (2010). *The Dynamic Manager's Guide to Marketing & Advertising: How to Grow Sales and Boost Your Profits*. New York: Create Space Independent.
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- E, J. K., & R, D. S. (2006). *Marketing Communication - Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (kelompok gramedia).
- Erdogan. (1999). Celebrity Endorsement: A Literature. *Journal of Marketing Management*, 291-314.
- Erfgen, C., Zenker, S., & Sattler, H. (2014). The Vampire Effect: When do Celebrity Endorser Harm Brand Recall? *International Journal of Research in Marketing*, 1-35.
- Hakim. (2005). *Lenturan tapi Relevan, Dasa-dasar Kreatif Periklanan*. Yogyakarta: Galang Press.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Grafiti.
- Keller, K. L. (1993). Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, Vol. 57, No. 1 (Jan., 1993), pp. 1-22.
- KEMENPORA. (2014). *Penyajian Data dan Informasi Kepemudaan dan Keolahragaan. 2015*.
- Koswara, S. (2009). Minuman Isotonik. *Minuman Isotonik*, 1-19.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. United States: Courier/Kendallville.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Riset Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lafayette, J. (2015, Juni 9). Diambil kembali dari Turner Touts Study Showing TV Ads Rule: <http://www.broadcastingcable.com/news/currency/turner-touts-study-showing-tv-ads-rule/141576>

- Maulana, I. A. (1999, Agustus). No. 08 Thn. XXVIII. *Jurnal Usahawan*.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2007). *Marketing Research: Seventh Edition*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Peter, J., & Jerry, C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, W. (2016, Agustus 12). Diambil kembali dari Orang Indonesia Konsumsi Minuman Isotonik Lebih Dari 500 Ribu/Liter Per Tahun:
<http://www.marsindonesia.com/newsletter/orang-indonesia-konsumsi-minuman-isotonik-lebih-dari-500-ribuliter-tahun>
- Purba, A., & dkk. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- R.J, F. (2012). *Advertising Theory*. New York: Edwards Brothers, Inc.
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sekar, P. (2015, Juni 16). Diambil kembali dari www.marketing.co.id:
<http://www.marketing.co.id/ini-alasan-tv-masih-menjadi-media-beriklan-paling-efektif/>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Shoeb, A., & Khalid, A. (2014). Impact of Celebrity Endorsement on Brand. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 95-110.
- Soberman, D., & Soman, D. (2012). *Flux: What Marketing Managers Need to Navigate the New Environment*. Toronto: Rotman-UTP Publishing.
- Sridevi, J. (2012). Effectiveness of Celebrity Endorsement in Brand Recall and Brand Recognition. *International Journal of Business Economics & Management Research*, 203-209.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2005). *Periklanan, Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Sulaksana, U. (2007). *Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- T, K., & M, K. (2014). The Risk of Vampire Effect in Advertisement Using Celebrity Endorsement. *Research Papers*, 16-22.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

