

DAFTAR PUSTAKA

- Boon, Kurtz (2008). *Contemporary Marketing 14th.*, New York: Sount-West Cengage Learning.
- Breman, Evan (1999). *Manajemen Riset Bisnis, Terjemahan*, Jakarta: Raja Grafindo.
- D. Jarwoko D I. “*STRATEGI PROMOTIONAL MIX GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN TEGEL “ACC” BANYUWANGI*”. diakses dari <http://judul-pemasaran.blogspot.com/>.
- Eni Heruwati, Semarang (2010). “*ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN KEAHLIAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO*”. Diakses dari http://eprints.undip.ac.id/23069/1/skripsi_Pdf.pdf
- Gohzali, Imam (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, edisi Ketiga, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hari Prasetyo, Jawa Timur (2010), “*PENGARUH SELEBRITIS ENDORSER TERHADAP MINAT BELI DAN CITRA MEREK SHAMPO CLEAR MEN DI WILAYAH SURABAYA*”. Diakses dari <http://eprints.upnjatim.ac.id/331/1/file1.pdf>
- Jefry Ardiansyah, Surabaya (2011), “*REPRESENTASI POPULARITAS IRFAN BACHDIM DALAM IKLAN DESTINATION LONDON*”. Diakses dari <http://eprints.upnjatim.ac.id/1667/1/file1.pdf>

- Jurnal Manajemen Bisnis, 3 September 2009, Volume 2. Diakses dari
<http://usupress.usu.ac.id/files/Jurnal%20Manajemen%20Bisnis%20Vol%202%20No%201%20Jan%202009.pdf>.
- Jogiyanto (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFPE.
- Komaruddin Sastradipoera, *Manajemen Marketing*, Edisi 1, 2003.
- Kotler, Philip (2002). *Manajemen Pemasaran*, edisi Millennium, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip (2003). *Manajemen Pemasaran*, edisi Millennium, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip,. Keller, Kevin (2007) *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, jilid satu, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip,. Keller, Kevin (2007) *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, jilid dua, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip,. Keller, Kevin (2009). *Marketing Management*, 13th ed., New Jersey: Pearson Education Upper Saddle River.
- Marya D. Nababan, Medan (2008). “*PENGARUH SELEBRITI PENDUKUNG (CELEBRITY ENDORSER) GITA GITAWA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*”. Diakses dari
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/11096/1/08E01542.pdf>
- Mowen J.C., Minor M. (2002). *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jilid Pertama, terjemahan, Jakarta: Erlangga..

- Nurul I.Mucharomawati, Surakarta (2009). “*ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK SELEBRITIS SEBAGAI MODEL IKLAN (CELEBRITY ENDORSER) TERHADAP MINAT BELI*”. Diakses dari <http://etd.eprints.ums.ac.id/3046/3/B100050127.pdf>
- Roy Surya (2011) “*ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER SULE TERHADAP BRAND IMAGE PADA IKLAN PRODUK KARTU AS Di BANDUNG*”.
- Shimp, Terrence (2001). *Periklanan*, Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terrence (2004). *Periklanan*, Jakarta: Erlangga.
- Olson, Peter (2000). *Consumer Behavior*, edisi keempat, Jakarta: Erlangga.
- Olson, Peter (2005). *Cosumer Behaviour and Marketing Strategy*, 7th ed., New York: Mc Graw Hill
- Pride (1987). *Marketing*, 5th., New York: Houghton Mifflin.
- PT.Unilever, Clear diakses dari <http://www.unilever.co.id/brands/personalcarebrands/clear/index.aspx>
- Ratnasari, Shelvy (2008). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER (LUNA MAYA) TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN SABUN LUX DI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA, BANDUNG*. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Saladin, Djasalim (2002). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
- Saladin, Djasalim (2004). *Intisari Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
- Sekaran (2003). *Reseach Method for Bussiness A Skill-Building Approach*, 4th ed, New York: John Wiley and Sons,inc.

Staton, Etzel, dan Walker (2001). *Marketing*, 12th ed., New York: Mc Graw Hill

Sugiyono (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Suliyanto (2006). *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Alfabeta.

Tjiptono, Vandi, Yanto Chandra, dan Anastasia Diana (2004). *Marketing Scale*,
Yogyakarta: ANDI

T.Hendry (2011). "*PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SURYA JAYA BANDUNG*".

Diakses dari

http://repository.maranatha.edu/247/3/0555008_Chapter1.pdf.

Vina Soraya (2012), Makassar. "*PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK TOYOTA
PADA UD. DUA TIGA TUJUH MOTOR MAKASSAR*". Diakses dari

<http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/1704>

Zurrivan Purnama, Medan (2009), "*PENGARUH TERHADAP PENEMPATAN
POSISI (POSITIONING) TERHADAP CITRA MEREK (BRAND IMAGE)
PADA CLEAR MEN SHAMPO*". Diakses dari

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/9603/1/09E02743.pdf>