

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David (2002). *Manajemen Ekuitas Merek*, Terjemahan, Jakarta : Spektrum Mitra Utama.
- Atkin, Charles dan Martin Block, 1983, “*Effectiveness of Celebrity Endorsers*,” *Journal of Advertising Research*, 23 (Feb/Mar), 57-61.
- Boyd, Harper W. Walker, Orville C dan Larreche, Jean Claude (2000). *Marketing strategy: planning and implementation*, Irwin. US
- Cooper, D.R. & Schlinder, P.S. (2001). *Bussiness Research. Methods. 7th Ed. Boston; Mcgraw-Hill*
- Engel James F., Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen (Consumer Behaviour)*, diterjemahkan oleh Drs. F.X. Budiyanto, edisi 6, jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. BP UNDIP : Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. BP UNDIP : Semarang.
- Hidayat, Taufik, (2005, Mei 12- 25). Cara P&G Memberikan Best Value Bagi konsumen. SWA.
- H. Imam Ghozali. 2007. *Manajemen Risiko Perbankan*. Semarang : BPUNDI
- Hartono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Pekanbaru: Lembaga Studi Filsafat, Kemasyarakatan, Kependidikan dan Perempuan.
- Imam Ghozali, 2006, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Jefkins, Frank, 1995, “**Periklanan edisi Ketiga**”, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Jurnal Bisnis Manajemen volume 5 no.3, mei 2009
<http://lemlit.unila.ac.id/file/arsip%202010./JBM/JBM%20Mei%202009.pdf>

Kotler, Philip. 2004. *Manajer Pemasaran, Alat Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid I dan II. Prenhallindo: Jakarta.

Kotler, Philip, 2005, “**Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2**”, PT Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Satu, Terjemahan, Jakarta: PT. Prenhallindo.

McMillan, J.H dan Schumacher, S. (2001). *Research in Education: A Conceptual Introduction*(5th ed.), US, Longman.Inc

Nunnally J C. *Psychometric theory*. New York: McGraw Hill, 1967, 640 p

Nurani, Eka S., & Haryanto, Jony O.

<http://bbs.binus.edu/journal/RndData/Journal/Data/20110923135500.pdf>

Ohanian, R. 1991. *The impact of celebrity spokespersons' perceived image on consumers' intention to purchase*. Journal of Advertising Research.

Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrity*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sekaran, Uma (2003). *Research Method for Bussiness A Skill-Building Approach*, 4thed, New York: John Wiley and Sons,inc

Shimp, T. (2003). *PeriklananPromosi*. Jilid 1, Jakarta, Erlangga

Sugiyono (2005), *MetodePenelitianKualitatif*, Bandung :Alphabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Suyanto, Bagong.2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta

Tjiptono, Fandy. (1997). *Marketing Scale*, Bayu Media Publishing, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Marketing Scale*, Bayu Media Publishing, Yogyakarta.