

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianbali. (2010). *Iklan Kartu AS Telkomsel Rp.20/Menit + Gratis 5000 Sms (Versi Sule) 'Tidak Bisa'*. www.youtube.com/watch?v=uBFzdjnUqUM, 16 Desember 2010 diakses dari <http://jingle-iklan-tv.blogspot.com>
- Anonim. (2008). *Definisi Iklan, Efek, Dan Iklan Korporat*. <http://kuliahkommunikasi.blogspot.com>. 12 November 2010.
- Assael, Hendry. (2001). "*Consumer Behaviour 6th ed*". South Westren College Publising. Cincinnati Ohio.
- Azwar, Saifuddin. (2004). *Sikap Manusia: Teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Palajar.
- Belch, George E., Belch, Michael A. (2004). "*Advertising and Promotion (6th ed)*". New York. Mc Graw Hill.
- Chourmain, Imam. (2008). *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Jakarta: Al-Haramain Publishing House. Hal: 36.
- Clow, Kenneth. E. & Baack, Donald. (2007). "*Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*" : USA Pearson, p.214.
- Das & Teng. (1998), dalam Kusuma, Dona (2005). *Hubungan penggunaan celebrity endorsers dalam iklan sabun mandi*, Undergraduate Thesis, S1-Skripsi, Universitas Kristen Perta, Surabaya.
- Durianto, D., Sugiarto, W., Wachidin, A., & Supratikno, H. (2004). *Inovasi pasar dengan iklan yang efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2005). *Analisis Multivariat Dengan Program Spss*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gurajati, Damadar. (2006). "*Basic Econometrics (3th ed)*". Mc_Graw Hill. New York.
- Jewler. & Drewniary. (2005). "*Creative Strategy in Advertising (8th ed)*". USA: Thomson Wadsworth.

- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip, Bowen, & Makens. (1999). “ *Marketing Management*”, Jilid Kedua, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Garry Armstong. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-8, Terjemahan Damos Sihombing. MBA, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran II*: Edisi Millenium. Jakarta, Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2005). “*Advertising*”. Jakarta : Erlangga.
- Kusuma, Dona. (2005). *Hubungan penggunaan celebrity endorsers dalam iklan sabun mandi*, Undergraduate Thesis, S1-Skripsi, Universitas Kristen Perta, Surabaya.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Jilid 13. PT Prenhalindo, Jakarta.
- Loanata, Verawati Cendana. (2009). *Pengaruh penggunaan Nidji sebagai celebrity endorsers dalam iklan Honda absolute Revo terhadap efek kognitif masyarakat Surabaya*, Undergraduate Thesis, S1-Skripsi, Universitas Kristen Perta, Surabaya.
- Mac Gaugh, James L, Thompson, Richard F., Nelson, ThomasO., & Jensen, Robert A. (1997). *Psychology I: “An Experimental Approach”*. California: Albion Publising Company.
- Mahestu, Noviandra. (2006). *Analisis Pengaruh model iklan terhadap perilaku pembelian remaja, kasus pada bintang akademi fantasi indosiar*. Jurnal Nirmana hal 68.
- Mantra, I.B. (2001). *Langkah-langkah Penelitian Survai Usulan Penelitian dan Laporan Penelitian*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Geografi (BPFGe) – UGM.
- Miciak, A.R. & Shanklim, W.L. (1994). “*Marketing management (3th ed)*”, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mulyana, Deddy. (2001). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- O'Mahony, S & Meenaghan, T. (1997,1998). "*The impact of celebrity endorsers on consumers*". Irish Marketing Review, 10,2,15-24.
- Pelsmacker, Patrick De, Geuens, Maggie & Bergh, Joeri Van Den. (2004). "*Marketing Communications a European Perspective (2th ed)*". London: Prentice Hall.
- Pujiyanto. (2003). Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. *Jurnal Nirmana* 5 (1), 96-109.
- Roscoe. (1982). "*Research Methods For Business*", New York. Mc Graw Hill.
- Royan, Frans M. (2005). *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ruslan, Roesady. (2003). *Metode Penelitian Public relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Singgih. & Fandy Tjiptono. (2002). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, G. Leon, & Kanuk, L., Lasar. (2004). "*Consumer Behaviour (6th ed)*". Prentice Hall: Pearson Education Internasional.
- Shimp, A. Terence. (2000). "*Advertising, Promotion, & Supplements Aspects of Integrated Marketing Communications (7th ed)*". The Dryen Press.
- Shimp, A. Terence. (2002). *Periklanan Promosi*. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Shimp, A. Terence. (2003). "*Advertising, Promotion, & Supplements Aspects of Integrated Marketing Communications (4th ed)*". The Dryen Press.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis* , Cetakan pertama, CV Alfabeta, Bandung.
- Suhandang. (2005). *Periklanan: Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : C. V Andy Offset.
- Sutherland, Max. & Sylvester, Alice K. (2005). "*Advertising and the mind of the consumer*". Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Swastha, B. & Sukotjo, I. (1994). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Liberty, Yogyakarta.

Swastha, B. & Sukotjo, I. (1999). *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty, Yogyakarta.

Tubbs, Stewart L., & Moss, Sylvia. (2000). "*Human Communications: Konteks - konteks komunikasi*", (Buku Kedua). Bandung: PT Remaja Rusdakarya.

Wells William, Moriarty Sandra, & Burnett John. (2006). "*Advertising principles and practice (7th ed)*." New Jersey : Pearson Prentice Hall.

<http://traffic-news-emasindotronik.blogspot.com/2011/04/iklan-yang-disukai-khalayak.html>, diakses 14 September 2011.

<http://www.beritahp.com/2010/06/21/paket-internet-unlimited>, diakses 14 September 2011.

<Http://pksm.mercubuana.ac.id>. Diakses 14 September 2011.