

DAFTAR PUSTAKA

- Agus S. Madjadikara. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. ANDI. Yogyakarta.
- Hair, J.R., R.E. Anderson, R.L. Tatham, and W.C. Black. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th ed. New Jersey : Upper Saddle River, Prentice Hall. Inc.
- H. Djaslim Saladin. (2006). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Linda Karya. Yogyakarta
- Hutama, F.K. (2008). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorsers (Attractiveness, Trustworthiness, Expertise) Pada minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Agnes Monica-Honda Vario sebagai Celebrity Endorsers)*, Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, (tidak dipublikasikan).
- Jefkins, Frank. (1995). *Periklanan*. Erlangga. Jakarta.
- Jogiyanto. (2006). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Keller. (2006). *Marketing Management*. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid kedua. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid kesatu. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid kedua. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke delapan. Terjemahan Damos Sihombing, MBA. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). Alih bahasa Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Lamb, Charles. W, Joseph F. Hair, Carl Mc Daniel. (2001). *Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.

- M. Fuad, Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus. (2005). *Pengantar Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Nugroho, B.A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. ANDI. Yogyakarta.
- Ohanian, Roobina. (1990). *Construction and Validation of Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness*. *Journal of Advertising*. ABI/INFORM Research. 19(3) : 39-52.
- Rizki. (2008). *Pengaruh Source Expertise, Source Trustworthiness, Dan Source Attractiveness pada Minat Beli Konsumen (studi kasus: Artis Sabun Lux: Dian Sastrowardoyo, Tamara Blezynski, Luna Maya, Mariana Renata, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, (tidak dipublikasikan)*.
- Sari, R.P. (2007). *Penilaian Ekuitas Merek Berdasarkan Customer Based Brand Equity pada Restoran Cepat Saji di Kota Bandung*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, (tidak dipublikasikan).
- Sekaran, U. (2003). *Research Method for Bussiness A Skill-Building Approach*. 4th ed., New York : John Wiley and Sons, Inc.
- Sheila, O., and T. Meenagan. (1998). *The of Celebrity Endorsement on Consumers*. *Irish Marketing Review* : ABI/INFORM Global.
- Shimp Terence A. (2003). *Komunikasi Terpadu*. Erlangga. Jakarta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bsnis*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Chandra, Dianan. (2004). *Marketing Scale*. ANDI. Jogjakarta.
- Tjiptono, Fandy, dkk. (2004). *Marketing Scale*. ANDI. Yogyakarta.
- Tripp, C., T.D. Jensen, and L. Carlson (1994). *The Effects of Multiple Product Endorsements by Celebrities*. *Journal of Consumerr Research*: ABI/INFORM Global.