

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, Gunawan. (2003). *Analisis Consumer Decision Model Untuk Pengukuran Efektivitas Periklanan*, Jurnal Ilmiah "Manajemen & Bisnis" Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Engel, J., Blackwell, R., dan Miniard, P. W. (1994). *Penjualan Konsumen*. Edisi 6, Jilid 1. Terjemahan FX. Budiyanto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Friedman, Hershey H., and Friedman. *Endorser Effectiveness by Product Type*. "Journal of Advertising Research" 19 (October 1979): 63 - 71.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic Econometrics*, 4th Edition, McGraw-Hill International Edition, Singapore.
- Hendri, Ma'ruf. (2006). *Pemasaran Ritel*. Edisi kedua. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Horai, J.M., Naccari, N., and Fatoullah, E., "Effects of Expertise and Physical Attractiveness Upon Opinion Agreement and Liking". *Sociometry* 37 (no. 4, 1974):601-606
- Hovland, C.I., Janis, I.L., and Kelley, H.H. (1953). *Communication and Persuasion*, Yale University Press, New Haven.
- Keegan, Warren J. (2003). *Manajemen Pemasaran Global*, Edisi keenam. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Ang, Leong, dan Tan. (2000). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, terjemahan Fandy Tjiptono.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid Kesatu. PT. Prenhalindo. Jakarta.

Kotler, dan Armstrong. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-8, Terjemahan Damos Sihombing. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Lamb, Hair, dan Mc.Daniel. (2001). *Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: Salemba 4.

Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.

Madjadikara, Agus. S. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan* . PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.

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.

Rahayu, Sri. (2005). *Aplikasi SPSS versi 11.5 dalam Riset Pemasaran*. Alfabeta. Bandung.

Saladin, Djaslim.H. (2006). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Linda Karya. Bandung.

Schiffman, L.G., dan L.L. Kanuk. (2004). *Consumer Behavior Upper Saddle River*, 8th edition. Prentice Hall, Inc. New Jersey.

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

Shimp, Terence A. (2000). *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jil ed 5. Penerbit Erlangga. Jakarta.

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

Suhandang, Kustadi. (2005). *Periklanan: Kiat, Strategi dan Manajemen*. Nuansa. Bandung.

Sutojo, S, dan Kleinsteuber, F. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Edisi 6. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.

Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.