

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., V.Kumar, George S.Day (1995). *Marketing Research*, 5<sup>th</sup>ed., New York: John Wiley & Son.
- Anoraga, Panji (2000). *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Belch, G.E and Belch, M.A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, International edition, New York: Mc Graw Hill.
- Berman, Bary and Evans, Joel R (1995). *Retailing management*, 6<sup>th</sup> ed., New Jersey: Prentice hall, inc.
- Boune, Louis.E, dan David L, Kurtz (2005). *Cotemporary Marketing 2005*, USA: Dryden Press.
- Burns, A.C. & R.F.Bush (2003). *Marketing Research*, 4<sup>th</sup> ed., New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Cooper, D.R.,and Schindler, P.S. (2003). *Bussiness Research Method*, 8<sup>th</sup> ed., New York: Mc Graw Hill.
- Gitosudarmo, Indriyo (2000). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.
- Gohzali, Imam (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, edisi tiga, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair,J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, 5<sup>th</sup> ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hasan, Iqbal (2002). *Pokok-pokok materi Statistik I*, edisi kedua, Jakarta: Bumi Aksara.

- Kartajaya, Hermawan (2003). *Marketing in Venus*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keegan, Warren (2000). *Manajemen Pemasaran Global*, jilid 2, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Millenium, Terjemahan, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Terjemahan, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2007). *Manajemen Pemasaran*, jilid satu, Terjemahan, Jakarta: PT Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid 2, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair, Mc Daniel (2001). *Pemasaran*, jilid satu, Terjemahan, Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen J.C., Minor M. (2002). *Perilaku Konsumen*, Edisi kelima, Jilid pertama, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Ohanian, R. (1990). *Construction & Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness*, Journal of Advertising, Vol.19, No.3, PP.39-52.
- Rangkuti, Freddy (2004). *The Power of Brand*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, Djaslim (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Edisi pertama, Bandung: Linda Karya.

- Saladin, Djaslim (2004). *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga, Bandung: Linda Karya.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk (2004). *Consumer Behaviour*, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, U. (2003). *Research Method for Bussiness A Skill- Building Approach*, 4<sup>th</sup> ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Shimp, T.A. (2007). *Advertising Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications*, 7<sup>th</sup> ed., USA: The Dryden Press.
- Simamora, Henry (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*, jilid dua, Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, Etzel, and Walker (2001). *Marketing*, 12<sup>th</sup> ed., New York: Mc Graw Hill.
- Sugiyono (2004). *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sutojo, Siswanto & Kleinsteuber, Fritz (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono, Fandy, Yanto Chandra, dan Anastasia Diana (2004). *Marketing Scale*, edisi satu, Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein (2001). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

[www. google.com](http://www.google.com)