

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Cooper, Donald R. Dan Schindler, Pamela S. 2011. *Bussiness Research Methods*. Boston: Mc Graw-Hill.
- Ghozali, Imam. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goldsmith, R.E; Lafferty, B.A; and Newell, S.J.,. 2000. *The Impact of Corporate Credibility and Endorser Celebrity on Consumer Reaction to Advertisements and Brands*. *Journal of Advertising (Fall)*, 43-54.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga
- Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis- Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama, BPPE-Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia. Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management. Tent Edition, International*. Prentice Hall Inc. Upper Siddle River, New Jersey 07458.
- Kotler Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku 3. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ketiga Belas. Erlangga.
- Lind, D.A, William G. Marchal, Samuel A. Wathen. 2008. *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi menggunakan Kelompok Data Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. Edisi keempat.Prestice Hall.
- <http://publication.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/3577/1/JURNAL.pdf>  
Mariyah. 2012. *Pengaruh Pengaruh Celebrity Endorser pada Iklan terhadap Minat Beli Shampo Pantene*. Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma.
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana,

Prenada Media Group.

Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.

Ohaniah, Roobina. 1991. *The Impact of Celebrity Spokespersons Perceived Image on Consumers Intention to Purchase*. Journal of Advertising.

<http://kim.ung.ac.id/index.php/KIMFEB/article/viewFile/405/384>

Pakaya, Salman. 2013. *Pengaruh Celebrity Endorser pada Iklan Fresh Care terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Agnes Monica sebagai Endorser Produk Minyak Angin Fresh Care)*. Skripsi Mahasiswa Program Studi S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Tujuh. Jakarta: PT. Indeks.

Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Bussiness: A Skill-Building Approach*. Edisi ke Empat. John Wiley & Sons.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1, Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.

<http://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/348>

Stephanie, Elysia. 2013. *Pengaruh Kredibilitas Endorser terhadap Minat Beli melalui Sikap atas Iklan pada Produk Shampoo L'Oreal di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol 2. No. 2.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfa Beta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfa Beta.

Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: ANDI.

Sunjoyo, Setiawan R., Carolina V., Magdalena N. Dan Kurniawan A. 2013. *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfa Beta.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandi, Candra Y. Dan Diana A. 2004. *Marketing Scale*. Yogyakarta: ANDI.