

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nugroho, 2005. Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS, Andi Yogyakarta
- Algifari. 1997. *Analisis Regresi, Teori, Kasus Dan Solusi*, Edisi Pertama. BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta *Approach*”, 2009, Wiley
- Arifenie, Nur. Fitri, (2014). Penjualan Motor Suzuki 2013 Turun 13,95%. 17 Januari 2014 Diakses Dari [Http://Industri.Kontan.Co.Id/News/Penjualan-Motor-Suzuki-2013-Turun-1395](http://Industri.Kontan.Co.Id/News/Penjualan-Motor-Suzuki-2013-Turun-1395)
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior And Marketing Action 6th Edition*. New
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson-Learning.
- Avery, C. (1998). *Multidimensional Uncertainty And Hard Behavior In Financial Markets. American Economi Review* Vol 88 Hlm 724-748
- Basu Swasta Dharmmesta, 1998, Theory Of Planned Dalam Penelitian Sikap, Niat Dan Perilaku Konsumen, Kelola, Program Manajemen UGM, No. 18/VII/1998, Yogyakarta.
- Belch, George E & Michael A. Belch (2001). Advertising And Promotion; An Integrated Marketing Communications Perspective. Mcgraw-Hill. New York.
- Bovee, Courtland L. Dan John V. Thill. (1996). *Business In Action: Step Into The World Of Opportunity In The 21st Century*. Prentice Hall. Inc. New Jersey.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler, (2011) Business Research Methods. (11th Ed). New York: Mcgraw Hill International Edition
- Direktorat Bina Pers Dan Grafika Deppen RI, 2003
- Doods, William B., Kent B. Monroe, Dan Dhruv Grewal, (1991). “*Effects Of Price, Brand And Store Information On Buyers’ Product Evaluation*”, *Journal Of Marketing Reasearch*, Vol. 28, Pp. 307-19

- Dyson, Amy. & Turco, Douglas. (1998). Credibility And Celebrity Endorsements, [Http://Www.Ciadvertising.Org/Student\\_Account/Fall\\_01/Adv382j/ Russj/Celebrity.Html](http://www.Ciadvertising.Org/Student_Account/Fall_01/Adv382j/Russj/Celebrity.Html)
- Elyasa, Hafiedz (2011). Analisis Pengaruh Kemenarikan Pesan Iklan Dan Kredibilitas *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Untuk Meningkatkan *Brand Attitude* Pasta Gigi Merek Pepsodent ( Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang). Skripsi Universitas Diponegoro
- Engel, F.J.,(1995), Perilaku Konsumen Jilid 2 (Terjemahan), Binapura Aksara, Jakarta.
- Engel, Warshaw, Kinnear (1994), *Promotional Strategy*, Eighth Edition, Irwin/Mcgraw-Hill, USA .
- Ferrinadewi, Erna Dan Djati, S. Pantja. 2004. Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Vol. 6. No.1 Maret.
- Fitri Nur Arifenie (2014), [Http://Industri.Kontan.Co.Id/News/Penjualan-Motor-Suzuki-2013-Turun-1395](http://Industri.Kontan.Co.Id/News/Penjualan-Motor-Suzuki-2013-Turun-1395)
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Grewal, Dhruv, R. Krishnan, Julie Baker, Dan Norm Borin. (1998). “The Effect Of Store Name, Brand Name, And Price Discounts On Consumers’ Evaluations And Purchase Intentions”, *Journal Of Retailing*, Vol. 74(3), Pp. 331-352.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar* : Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- H.R. Danan Djaja, (1985) Peran Humas Dalam Perusahaan. Bandung, Alumni

- Hair, J., W. Black, Et Al., 2009. *Multivariate Data Analysis*, New Jersey: Prentice Hall.
- Haspari, Ajeng. Peni (2008). Analisis Perbandingan Penggunaan *Celebrity Endorser* Dan *Typical Person Endorser* Iklan Televisi Dengan *Brand Image* Produk *Pond's Age Miracle*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* Vol.IX, No.1, Maret 2008
- Holmes, Gary (2008). *Exploring The Relationship Between Celebrity Endorser Effect And Advertising Effectiveness A Quantitive Synthesis Of Effect Size. International Journal Of Advertising, Vol 27 No 2, Pp. 209–234*
- Ishak, Asmai. (2008). Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol 12, No 2 (2008)
- Ishak, Asmi. 2008, Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 12 No. 2, Hal: 71-88
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jackson, John H, And Vernon A. Musselman (2000), *Business: Contemporary Concepts And Practises*, Prentice Hall.
- Jefkins, Frank F (1982), *Introduction To Marketing, Advertising, And Public Relations*, Macmillan Press Ltd, London.
- Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama. BPF, Yogyakarta
- Kasali, Rhenald, 1992, *Manajemen Periklanan Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*, PT. Pustaka Utama Griffin, Jakarta.
- Kelman, Herbert, (1961). *International Behavior A Socsial Psychological Analysis. New York, Holt, Rineheart And Winston 196 Vol 3 Pp 443-463*.
- Kerlinger, Fred N. (1990). *Asas-Asos Penelitian Behavioral*. Gadjah . Mada University Press, Yogyakarta.
- Kinncar, Thomas C, Dan Taylor, James R., (1995). *Riset Pemasaran*, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2003), *Marketing Management*, 11th Ed., New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip (1994). *Manajemen Pemasaran* Edisi 6. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip (2008), *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas)*, Cetakan Ketiga, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip Amstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi Kedua Belas) Jilid 1*, Erlangga, Jakarta, 2008
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta, 2003.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, Terj : Hendra Teguh Dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 Dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta.
- Kurniawan, Albert, 2013. *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*. Yogyakarta. Penerbit : Mediakom.
- Kussudyarsana, 2004, "Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang
- Kussujaniatun, Sri Analisis Pengaruh Dead Endorser Terhadap Brand Personality Pada Iklan Kompas Di Televisi (Survei Pada Konsumen Surat Kabar Harian Kompas Di Kabupaten Sleman Yogyakarta) Vol 14, No 1 (2007): Vol. 14 No. 1 Maret 2011
- Mackay, M.M. (2001). Evaluation Of Brand Equity Measures: Further Empirical Results. *Journal Of Product & Brand Management*. (10)1:38-51.
- Mahestu Noviandra, 2006, "Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja, Kasus Pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar". Skripsi Universitas Sumatra Utara.
- Martin, A Dan Bush, D. (2008). *Sport Celebrity Influence On The Behavioral Intentions Of Generation Y*. *Journal Of Advertising Research* (2004), 44:1:108-118 Cambridge University Press.
- Mittal, B. (1994), "Public Assessment Of TV Advertising: Faint Praise And Harsh Criticism," *Journal Of Advertising Research*, 34 (1): 35-54.
- Mowen, John, C., Dan Minor, M., (2002), *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi Kelima (Terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Nababan, 2010. Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Dalam Iklan XL Terhadap Pembentukan *Brand Image*. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 1* Januari 2013

- Nugroho, Satriyo, Chrisdiawan (2010). Analisis Pengaruh Pencitraan, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Di Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Skripsi Universitas Diponegoro
- Nurmalita, Maya, 2008. Pengaruh Pemakaian Endorser Dalam Iklan Televisi Melalui Kepribadian Merek Dan Implikasinya Terhadap Citra Merek Pembalut Wanita Charm, Skripsi Universitas Diponegoro 2011.
- Ohanian, Robina. (1990). “*Constraction And Validation Of Scale To Measure Celebrity Endorser’s Perceived Expertise, Trustworthiness, Attractivness*”. *Journal Of Advertising Vol 19, Hal 39-51*
- Ohanian, Roobina (1991). The Impact Of Celebrity Spokesperson’s Perceived Image On Consumers Intension Purchase. *Journal Of Advertaising Research*, (February/March), 46-54.
- Ouwersloot, Hans And Tudorica Anamaria, 2001, “*Brand Personality Through Advertising*”
- Peter, J.Paul Dan Jerry C.Olson, 1996, *Consumer Behavior*, PT Gelora Aksara Pratama
- Popo (2014), Penjualan Motor Yamaha GT 125 Bulan Januari Naik Tajam. Motor Otomotif.Net 26 Februari 2014. Diakses Dari [Http://Motor.Otomotifnet.Com/Read/2014/02/26/347632/28/8/Penjualanyamaha-GT-125-Bulan-Januari-Naik-Tajam](http://Motor.Otomotifnet.Com/Read/2014/02/26/347632/28/8/Penjualanyamaha-GT-125-Bulan-Januari-Naik-Tajam).
- Priyatama, Liestya, Ardhi (2009). Pengaruh Karakteristik Bintang Iklan (*Celebrity Endorser*) Terhadap Minat Beli Honda Vario Pada Pt Mega Persada Mandiri Sidoarjo. Skripsi Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Rossiter, J.R., & L Percy. (1997). *Advertising Communication And Promotion Management*. New York: Mcgraw Hill.
- Sekaran, Uma, Bougie, Roger, “*Research Methods For Business : A Skill Building*
- Shimp, A. Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Jilid I, Erlanga, Jakarta.
- Shimp. Terence, A. (2007). *Integrated Marketing Communication In Advertising*
- Söderlund, M. And Öhman, N. (2003), “*Behavioral Intentions In Satisfaction Research Revisited*”, *Journal Of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction And Complaining Behavior*, Vol. 12, Pp. 53-66.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat Belas. Alfabeta, Bandung

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumber Pesan”, *Benefit*, Vol. 8 No. 2 , Desember, UMS Surakarta.
- Sunjoyo, Roni Setiawan, Verani Calonina, Noni Magdalena Dan Albert Kurniawan, 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset : Program IBM SPSS 21*. PT Alfabeta, Bandung.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanto, A. B. (2007). *Corporate Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group. Jakarta.
- Susila, Ikhwan, Fatchurrohman. (2004). Service Value: Sebuah Variabel Pemeditasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli, *Empirika*, Vol. 17 No. 1, H. 79-94
- Suyanto.M, 2005. *Stratei Perencanaan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta. Penerbit: Andi
- Swasta & Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Cetakan 3, Yogyakarta
- Swastha, Basu DH, 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta  
York : International Thomson Publishing.