

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2002). Perilaku konsumen. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Azwar S. (2010). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Byrne, Angela, Maureen Whitehead, dan Steven Breen. (2003). “The Naked Truth of Celebrity Endorsement”. *British Food Journal*, Vol.105 No.4/5, pp288-296.
- Chandra, Palupi. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan celebrity endorser terhadap minat beli (Studi Pada handphone Nokia). Yogyakarta: Jurnal Fakultas Ekonomi UNY.
- Djatnika, Tjetjep. (2007). Komunikasi Pemasaran. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Durianto, Darmadi; Sugiarto; dan Budiman, Lie Joko. (2004). *Brarui Ekuity Ten* (strategi memimpin pasar). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Fill, Chris and Barbara Jamieson. (2011). “Marketing Communication”. Edinburgh Business School, Heirot-Watt University, UK.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Edisi 6). Yogyakarta, Indonesia: BPFE UGM.
- Harun Al. Rasyid, (2002). *Metoda Sampling dan Penskalaan*, Jurusan Statistika Universitas Padjajaran. Bandung

- Jewler, Drewniary. (2009). *Creative Strategy in advertising*. USA: Thomson Wadsworth.
- Kinnear, Thomas C, dan Taylor, James R., (1998). “Riset Pemasaran”, Edisi 3, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, jilid satu, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, jilid dua, Erlangga, Jakarta.
- Lafferty, dkk. (2002) .The Dual Credibility Model: The influence of Corporate and Endorser Credibility on Attitudes and Purchase Intention. *Journal of Marketing Theory and Practice*
- Lisnawati. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah (Studi pada Produk Jasa Keuangan Mikro di BMT Mitrama). Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- M. Mursid. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara, Hlm. 116. Jakarta
- Mowen, J.C., dan Minor, M., (2002). *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Inc.
- Noviana, Brigita I. (2013). Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, Surabaya*
- 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.

- Pamungkas, Arya. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan celebrity endorser terhadap minat beli (Studi Pada handphone Nokia). Yogyakarta: Jurnal Fakultas Ekonomi UNY.
- Rachmawati, Rina. (2011). “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)”. Jurnal Kompetensi Teknik Universitas Negeri Semarang, Vol. 2, No. 2
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H.Aksa. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa, Ghalia Indonesia, hlm. 37. Bogor.
- Rodriguez, K. P. (2008). Apparel Brand Endorsers and Their Effects on Purchase Intentions: A study of Philippine consumers. International MBA (IMBA), National Cheng Kung University, Tainan, Taiwan.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk . (2007). Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta : PT Indeks.
- Soesatyo, N dan Leonid J. R. (2013). Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli “Top Coffee”. Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra Vol. 1 No. 2 pp. 1-12.
- Sofjan Assauri. (2010). Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada, hlm. 238. Jakarta
- Stephanie, E., Rumambi, L.J., & Kunto,Y.S. (2013). ANALISA PENGARUH RIO DEWANTO DAN DONITA SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK AXE ANARCHY DENGAN DAYA TARIK IKLAN DAN

EFEK IKLAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Surabaya: Universitas Kristen Petra

Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Alfabeta,Bandung

Suliyanto. (2006). Metode Riset Bisnis, Yogyakarta, Indonesia: ANDI.

Swastha DH, Basu dan Irawan. (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty Offset

Ulber, S. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung : PT Refika Aditama

Widyatama, Rendra. (2008). Pengantar Periklanan. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher

William Wells, John Burnett, and Sandra Moriaty. (1988). Advertising Principle and Practise: Prentice Hall.

Yazid. (2008). Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi, Ekonisia, hlm. 20. Jakarta.