

DAFTAR PUSTAKA

- Apriano, Reno (2008). *Pengaruh Brand Image Pada Minat Beli Konsumen, (Studi Kasus: merek Starbucks Kafe)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Belch, G.E., and M.A. Belch (2004). *Advertising and Promotion*. International Edition, New York: McGrawHill Companies, Inc.
- Cahyadi, Hadi (2007). *Pengaruh Brand Relationship Pada Perilaku Pembelian Produk : High Involvement & Low Involvement*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Ghozali, Imam (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giduanni, Graine (2007). *Analisis Pengaruh Price, Store Image, Intensity of Marketing Activities, dan Price Deals Pada Citra Merek Produk Coca Cola*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Hair, J.R., R.E. Anderson, R. L. Tatham, and W.C. Black (1998). *Multivariate Data Analysis*; 5th ed. New Jersey: Upper Saddle River, Prentice Hall.inc.
- Hutama, F.K. (2008). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorsers (Attractiveness, Trustworthiness, Expertise) Pada Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Agnes Monica-Honda Vario Sebagai Celebrity Endorsers)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Hsu, C., and D. McDonald (2002). *An Examination on Multiple Celebrity Endorsers in Advertising*. The Journal of Product and Brand Management; ABI/INFORM Global
- Kotler, P., and G. Amstrong, (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*; Edisi 7. Diterjemahkan oleh Damos Sihombing, MBA. Jakarta: Prentice Hall, Prehalindo.
- Kotler, P., S. H. Ang , S.M. Leong, and C.T. Tan (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*; Jilid 1. Diterjemahkan oleh Handoyo Prasetyo SE. Yogyakarta: Andi.

- Kotler, P., S. H. Ang, S.M. Leong, and C.T. Tan (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*; Jilid 1. Diterjemahkan oleh Handoyo Prasetyo SE. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*; Edisi Milenium, Jilid I. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*; Edisi Milenium, Jilid II. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P., and K. Keller (2006). *Marketing Management*; 12th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Magdalena, Nonie (2005). *Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan*. Tesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada (tidak dipublikasikan).
- Nugroho, B.A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Peter, J.P., dan J.C. Olson (1996). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*; Edisi 4, Jilid 1. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J.P., dan J.C. Olson (1996). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*; Edisi 4, Jilid II. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA. Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, Dwi (2008). *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Sari, R.P. (2007). *Penilaian Ekuitas Merek Berdasarkan Customer Based Brand Equity Pada Restoran Cepat Saji Di Kota Bandung*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi*; Edisi 5, Jilid I. Diterjemahkan oleh Revyani Sahrial. Jakarta: Erlangga.
- Sheila, O., and T. Meenaghan (1998). *The Impact of Celebrity Endorsement on Consumers*. *Irish Marketing Review*; ABI/INFORM Global.
- Simamora, Henry (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*; Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Henry (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*; Jilid II. Jakarta: Salemba Empat.

Tripp, C., T. D. Jensen, and L. Carlson (1994). *The effects of multiple product endorsements by celebrities*. Journal of Consumer Research; ABI/INFORM Global.

Anonim (2007). *Perusahaan Global Indonesia*. URL:<http://www.duniaesai.com>

Anonim (2007). *Globalisasi Ekonomi*. URL: <http://strategic-manage.com>