

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Angipora, T., Marius. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Atkin, Charles and Martin Block (1983), "Effectiveness of Celebrity Endorsers", *Journal of Advertising Research*, 23, March, 57-61.
- Belch, George & Belch, Michael A. (2001). *Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 5th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Burhani, Ruslan. (2008). *XL Cabut Iklan "Kawin dengan Monyet"*. Antara News, 16 April 2008 diakses dari <http://www.antaraneews.com/berita/1208358658/xl-cabut-iklan-kawin-dengan-monyet> pada tanggal 14 Maret 2013.
- Cooper, D.R & P.S. Schindler. 2001. *Business Research Methods, 7th Edition*, McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
- Evans, Joel R. and Barry Berman. (1995). *Principles of Marketing*. 3rd edition, Prentice Hall International, Inc., New Jersey
- Ferdinand A, (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2, Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP
- Ghozali, Imam, 2011. Edisi Kelima. *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hsu and McDonald. (2002). "The influences of Source Credibility on Communicator Effectiveness", *Public Opini Quarterly*.
- Hair et all,. (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifty Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey*.
- Hajrah, (2013). Noah Brand Ambassador XL Bebas. *Tribun Timur*, 30 Januari 2013 diakses dari <http://makassar.tribunnews.com/2013/01/30/noah-brand-ambassador-xlbebas> pada tanggal 14 Maret 2013.

- Handayani, Niken. (2013). *Pengaruh Celebrity Endorser (Sandra Dewi) terhadap Minat Beli Konsumen pada produk Clear*. Skripsi Sarjana Ekonomi, Program Sarjana Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Statistik 1, edisi kedua*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, Edi. (2012). Dipenjara Dua Tahun, Ariel Tetap Tegar. Okezone.com, 11 Februari 2012 diakses dari <http://celebrity.okezone.com/read/2012/02/11/33/573897/dipenjara-dua-tahun-ariel-tetap-tegar> pada tanggal 14 Maret 2013.
- Jogiyanto, H.M, (2010). *Metode Penelitian bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta : BPFE.
- Kasali, Rhenald, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 51.
- Kasali, Rhenald. (2011). *Cracking Zone*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kerlinger. F.N. (2002). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Terjemahan Landung R Simatupang. *Foundation of Behavioral Research*. 1964. Cetakan ke-8. New York : Holt Rinehart and Winston.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 9*. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2011. 10th Edition. "*Marketing an Introduction*". Indonesia: Pearson.
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi Milenium*, Jakarta: PT.Prenhalindo.
- Kurniwan, Sigit. (2009). Bila Monyet Jadi Endorser. *Majalah Marketing*, 13 Januari 2009 diakses dari <http://www.marketing.co.id/blog/2009/01/13/bila-monyet-jadi-endorser/> pada tanggal 14 Maret 2013.
- Lamb, Hair, Mc-Daniel. (2001). *Pemasaran, Edisi Pertama*, Salemba Empat, Jakarta.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- Magnini P. Vincent et Al. (2007). *Celebrity In Advertising. The journal of popular culture*.
- Morissan, M.A. (2010). Periklanan-Komunikasi Pemasaran Terpadu. Penerbit Prenada Media Group.
- Nazir. (1998). *Strategi Periklanan Pada Ecommerce Perusahaan Top Dunia*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- O'Mahony, Sheila and Meenaghan, Tony. (1998). *The Impact of Celebrity Endorsements on Customers*.
- O'Mahony and Meenaghan. (1997) "The Impact of Celebrity Endorsements on Consumers" *Journal Trush Marketing Review*.ABI/INFORM Global.
- 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
- Rahman, Irfani. (2013). Cara Bermusik Noah Lebih Dewasa, BanjarmasinPost, 28 Februari 2013 diakses dari <http://banjarmasin.tribunnews.com/2013/02/28/cara-bermusik-noah-lebih-dewasa> pada tanggal 14 Maret 2013.
- Royan, Frans M., (2004). Marketing Selebritis. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, Leon. G. dan Leslie Lazar Kanuk, 2010. 10th Edition. "Consumer Behaviour". Indonesia:Prentice Hall Inc.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Siregar, Leonardo. (2010). *Pengaruh Celebrity Endorser (Indra Bkti) terhadap Minat Beli Konsumen pada produk pasta gigi Ciptadent*. Skripsi Sarjana Ekonomi, Program Sarjana Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Soetojo. (2002). Dasar-Dasar Ilmu Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia.
- Suliyanto, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunarto. (2004). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Dua. Yogyakarta: AMUS & UST Press.
- Swastha Basu DH dan Handoko Hani (2000). Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Penerbit liberty, Yogyakarta.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis, edisi enam*. Bandung : Alfabeta
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Method for Business A Skill-Building Approach, 4th ed.*, New York : John Wiley and Sons, inc.
- Tjiptono, Fandy., Chandra, Yanto., Diana, Anastasia. 2004, *Marketing Scale*. Jogjakarta: Andi
- Tjiptono, Fandi. (2004). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wijaya, Airin Taurina. (2013). *Pengaruh Celebrity Endorser (Anggun Cipta Sasmi) terhadap Minat Beli Konsumen pada produk shampo Pantene Pro-V*. Skripsi Sarjana Ekonomi, Program Sarjana Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Wiraspati, Ranga (2013). *Pertumbuhan Kelas Menengah Atas Indonesia Meluas ke Daerah*. SWA, 6 Maret 2013 diakses dari <http://swa.co.id/business-research/bcg-pertumbuhan-kelas-menengah-atas-indonesia-meluas-ke-daerah> pada tanggal 14 Maret 2013.