

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, Peni, Hapsari., (2008) Analisis Perbandingan Penggunaan *Celebrity Endorser* Dan *Typical-Person Endorser* Iklan Televisi Dan Hubungannya Dengan *Brand Image* Produk, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.IX, No.1, Maret 2008.
- Bansal, H. S., Taylor S. F., and St. James, Y. (2005). “*Migrating to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers' Switching Behaviors*”.  
*Journal of the Academy of Marketing Science*, 33 (1): 96-115.
- Duncan, T. (2005) . *Principles of Advertising & IMC*, Second Edition, Bab 15, Mc. Graw Hill.Inc.
- Fandy Tjiptono (2008) *Strategi Pemasaran*. Edisi ke tiga, penerbit Andi Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono (2004). *Marketing Scale*. Penerbit : ANDI , Yogyakarta.
- Hair, Joseph et all (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey : Prentice Hall.
- Jogiyanto. H.M. (2004). *Metode Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. BBFE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. (2005). “*Manajemen Pemasaran*” . Edisi Milenium, Jilid Kesatu. PT. Prenhalindo. Jakarta.

Kotler, Philip. (2005). *“Manajemen Pemasaran”* . Edisi Milenium, Jilid Kedua.  
PT. Prenhalindo.

Kotler dan Keller, (2009). *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi 13, Jilid kedua.

Kotler, Philip & Keller Kevin L (2006). *Marketing Management 12 Edition*. Prentice  
Hall.

Morissan, M.A. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Kencana Prenada  
Media Group , Juli 2011.

Nazir, (2000). *Metode Penelitian*. 4<sup>th</sup> Ed. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Nurani, Eka S., dan Haryanto, Jony O. (2011) *“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER,  
BRAND ASSOCIATION, BRAND PERSONALITY DAN PRODUCT  
CHARACTERISTICS DALAM MENCIPTAKAN INTENSI PEMBELIAN (Studi  
pada Iklan Kuku Bima Ener-G Rosa Versi Chris John), Journal of Business  
Strategy and Execution, 2(2) hal 104-125.*

Ohanian, R. (1990) , *“Construction and Validation of a scale to Measure Celebrity  
Endorsers” Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness”* , *Journal  
of Advertising*, Vol. 19, No.3, pp.39-52.

Peter J. Paul, Olson, Jerry C (2000). *Consumer Behavior : Perilaku konsumen dan  
Strategi Pemasaran*. Edisi Indonesia. Jilid Kesatu.

Rangkuti, Freddy (2004). *The power of brand*, Jakarta. PT.Gramedia Putaka Utama.

Schultz, Don E., & Kitchen, P. J. (2000). *Communication Globally: An Integrated Marketing Approach*. McGraw Hill. New York.

Shimp, A Terrence (2003). “*Periklanan dan Promosi*”, Erlangga : Jakarta

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Suliyanto, (2005). *Metode Riset Bisnis* . C.V Andi Offset. Yogyakarta.

Swastha, Basu dan Handoko, T. Hani. (2002). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. BPPE- Yogyakarta.