

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Belch, George & Belch, Michael A. (2001). *“Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective”*. 5th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Belch, George E. & Michael A. Belch, *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Perspective*, McGraw Hill, 6thed, 2004.
- Carrie, A. (1999). *Integrated Clusters – The Future Basis of Competition*. Internasional Journal of Agile Management Systems
- Cooper, D.R & P.S. Schindler. 2011. *Business Research Methods, 7th Edition*, McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
- Duncan D., Hasengchwandter F., 2005. *Lipodissolve for subkutaneous fat seduction and skin retraction*. *Aesthetic Surg J*.
- Engel, J.F., Blackwell., and P.W, miniard, 1994. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- 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.
- Hair et all,. (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifty Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River* : New Jersey.
- 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.
- Hsu and McDonald. (2002).”*The influences of Source Credibility on Communicator Effectiveness*”, *Public Opini Quarterly*.
- Ishak. 2008. *Jurnal Studi Perpustakaan Dan Teknologi*.
- Jogiyanto, H.M, (2004). *Metode Penelitian bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta : BPFE.

- Jogiyanto, H.M, (2010). *Metode Penelitian bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta : BPFE.
- 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., 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, 2009. 10th Edition. "*Marketing an Introduction*". Indonesia: Pearson.
- 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.
- Lamb, Hair, Mc-Daniel. (2001). *Pemasaran*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- 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.
- Mowen, J. dan Minor, M (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Muthohar, Muchsin dan Triatmaja, Amin, Ramadhan. (2013). *Jurnal Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen*.
- O'Mahony, Sheila and Meenaghan, Tony. (1998). *The Impact of Celebrity Endorsements on Customers*.
- 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 .
- Prabowo, Yanuar, Widi. (2014). *Jurnal Pengaruh Celebrity Endorsser Terhadap Minat Beli*.
- Olson, Peter (1999). *Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran*, edisi keempat (terjemahan). Jakarta : Erlangga.
- Prasetijo, R dan Ihalauw, J (2005). *Perilaku konsumen* , Andi Offset, Yogyakarta.

- Royan, Frans M., (2004). *Marketing Selebritis*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Rodriguez, K.P. (2008). *Apparel Brand Endorsers And Their Effects On Purchase Intentions: A Study Of Philippine Consumers*. *Philippines Management Review*. Vol. 15, pp. 83-99.
- Schiffman, Leon. G. dan Leslie Lazar Kanuk, 2004. 10th Edition. *“Consumer Behaviour”*. Indonesia:Prentice Hall Inc.
- Schiffman, Leon. G. dan Leslie Lazar Kanuk, 2010. 10th Edition. *“Consumer Behaviour”*. Indonesia:Prentice Hall Inc.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business : A Skill Buliding Approach 2 Edition*, John Wiley and Son. New York.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, Leonardo. (2010). *Pengaruh Celebrity Endorser (Indra Bekti) 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, 2005. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta
- Sunarto. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Dua. Yogyakarta: AMUS & UST Press.
- Swastha Basu DH dan Handoko Hani (1997). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Penerbit liberty, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Mentod for Bussiness A Skill-Building Approach, 4th ed.*, New York : John wiley and Sons, inc.
- Swastha Basu DH dan Handoko Hani (2000). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Penerbit liberty, Yogyakarta.
- 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).

<http://bisnis.news.viva.co.id>

<http://otomotif.kompas.com/read/2015/01/02/134955715/Alasan.Mengapa.Honda.Pilih.JKT48.untuk.BeAT.eSP>

