

## DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. New York: PWS-KENT Publishing Company.
- Assael H, 2002, *Consumen Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS.
- Basu, Swastha. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta Liberty.
- Basu, Swastha, dan Irawan. 1993. *Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Basu, Swastha, DH dan Irawan, 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta.
- Belch & Belch. 2004. "Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective". Mc Graw.Hill, New York.
- Belch, George E & Michael A. Belch, 2004. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*, New York, McGraw Hill/Irwin.
- Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama.
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dharmmesta. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Liberty.
- Erna Ferrinadewi dan S. Pantja Djati. 2004. "Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia" . Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 6, No. 1, Maret 2004: 15 – 26.
- Heruwati, Eni. 2010. *ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN KEAHLIAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO (Studi pada konsumen PT Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang)*. Skripsi: Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Ikhwan Susila dan Fatchurrahman. 2004. "Service Value: Sebuah Variabel Pemeditasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli" *Empirika*, Vol. 17, No.1 Juni 2004.
- Imam Ghozali, 2005, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

- Imam Ghozali. 2012. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2.0*”, Edisi 6, Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Katyal, S., (2007). *Impact of Celebrity Endorsement on a Brand*, Chillibreeze writer.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis Planning, Implementation and Control*, 9th Ed., Englewood Cliffs, N) : Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. (2002). “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi Milenium, jilid 3, Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2013). “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13, jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Mahestu Noviantra, 2006, “*Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja, Kasus Pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar*”.
- Malhotra, A., (2005). *Is Celebrity Global?*. London : Five Eight/Frukt Publisher.
- McCracken, G., (1989). *Who is the celebrity Endorser?* Cultural Foundations of the Endorsement Process II, *Journal of Consumer Research*, 16, 310-321.
- Mucharomawati, Irna Nurul, 2009, *ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK SELEBRITAS SEBAGAI MODEL IKLAN (CELEBRITY ENDORSER) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*, Digilib Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ohanian, Roobina, 1990, “*Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthiness and Attractiveness*”, *Journal of Marketing*, Vol. 19 (3).
- Rahmawati, Nur, 2013. (eJournal ilmu komunikasi, 1(1):362-373).
- Royan, Frans M. (2004). “*Marketing Celebrities*”. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Royan, Frans.M, 2005, *Marketing Celebrities*, Jilid I, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schlecht, Christina. 2003. *Celebrities’ Impact on Branding*. Januari. [www.globalbrands.org](http://www.globalbrands.org).

Scott, W.A. (1965). *Values and organizations: A study of fraternities and sororities*. Chicago: Rand McNally.

Sebayang, Siahaan Simon, 2008, "*Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatik Club (MAC) Medan*", Fakultas Ekonomi USU, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.1 No.3 Hal. 117-125.

Shimp, A. Terence, 2000, "*Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*", Erlangga, Jakarta.

Shimp, A. Terence, 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga, Jakarta.

Silvera, D.H. and Austad, B., (2004). *Factors Predicting The Effectiveness of Celebrity Endorsement Advertisements*, *European Journal of Marketing*, 38, 11/12, 1509-1526.

Soderlund, M. & Ohman, N. (2003). *Behavioral Intentions in Satisfaction Research Revisited*. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 16, 53-66.

Sodik, Nur, (2004), "*Analisis Keberhasilan Persepsi Konsumen Pada Negara Asal (Country of Origin) Terhadap Kualitas dan Harga Produk Otomotif (Survey Terhadap Konsumen di kota Surakarta Tahun 2003)*", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No. 1, Mei 2004 Surakarta.

Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, Penerbit CV Alpha Beta, Bandung.

Supranto, M.A., APU., Prof. Drs. J., 2003. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran, Edisi Revisi ke Tujuh*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPFE.

[dikasaktia.wordpress.com/2013/04/17/makalah-perilaku-konsumen/](http://dikasaktia.wordpress.com/2013/04/17/makalah-perilaku-konsumen/)

<http://digilib.sunan-ampel.ac.id/files/disk1/198/jiptiain--srikumalad-9862-4-babi.i-v.pdf>.

<http://businesslounge.co/?p=9579> (dikutip pada April 11, 2013).

<http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minat-konsumen.html>.

<http://mfaxart.blogspot.com/2012/11/tugas-teori-periklanan.html> (Diposkan 28th November 2012 oleh [MFAX.ART](http://mfaxart.blogspot.com)).

[http://id.wikipedia.org/wiki/Jorge\\_Lorenzo](http://id.wikipedia.org/wiki/Jorge_Lorenzo) (16 April 2013) diposting pada pukul 17.43

<http://positivego.blogspot.com/2013/03/bongkar-rahasia-keunggulan-yamaha-xeon.html>

<http://www.slideshare.net/f3brik4/k12-moral>