

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius.P. (1999). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anoraga, Pandji. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arifin, Samsul. (2010). *Pengaruh Celebrity Endorser Ridho Rhoma dan Rhoma Irama Terhadap Minat Membeli Kartu AS* (Studi Pada Masyarakat Desa Kertosuko Kecamatan Krucil Kabupaten Probolinggo) (tidak dipublikasikan).
- Assael, Henry. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusetts, AS.
- Azwar, Saifuddin. (2003). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Djarwanto, Ps. (1993). *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPF.
- Evans, Joel R. and Barry, Berman. (1995). *Principles of Marketing*. 3rd edition. Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- Ghozali, Imam (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2011). Edis kelima. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. (1997). *Metode Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Fisiologi UGM.
- 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).
- Hanif (2008). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Jupiter MX* (tidak dipublikasikan).
- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok-Pokok Materi Statistik I*. Edisi kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jogiyanto, H.M. (2010). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPF.

- Kinney, Thomas C. and James R. Taylor, (1995). *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Principles of Marketing)*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management: The Millenium Edition*, Jilid I, Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). 10th Edition. “*Marketing an Introduction*”. Indonesia: Perason.
- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Kussudyarsana. (2004). *Fenomena Selebritas sebagai Model Iklan dari sudut pandang Sumber Pesan*, Benefit, Vol. 8 No. 2 , Desember, UMS Surakarta.
- Kusumowardhani, Yuliandari Putri. (2012). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kredibilitas Perusahaan terhadap Keputusan Menonton Konsumen*. Tesis Program Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Sarjana Universitas Indonesia, Jakarta(tidak dipublikasikan).
- Majid, Mona. (2011). *Agnes Monica, Brand Ambassador CLEAR yang Baru*.
new.detik.com, 21 Desember 2011 diakses dari
<http://news.detik.com/read/2011/12/21/010002/1794650/727/agnes-monica-brand-ambassador-clear-yang-baru>.
- Malhotra, N.K. (2004). *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*. Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan-Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit: Prenada Media Group.

- Mowen. (1995). *Perilaku Konsumen*. Pustaka Ilmu : Jakarta.
- Ohanian, Roobina. (1990). "Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness". *Journal of Advertising*, 19(3);39-52.
- Parayogo, Ricky. (2010). *Pengaruh Celebrity Endorser (Sandra Dewi) terhadap Minat Beli Konsumen pada produk Shampo Clear*. Skripsi Sarjana Ekonomi, Program Sarjana Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rangkuti Freddy, (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Edisi pertama, cetakan pertama. Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Royan, Frans.M. (2004). *Marketing Celebrities*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Saladin, Djaslim (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach. 4th Edition.*, New York : John Wiley and Sons,inc.
- Senjaya, Maria Suryani. (2013). *Pengaruh Celebrity Endorser (Ariel Noah) terhadap Minat Beli Konsumen pada produk XL Bebas*. Skripsi Sarjana Ekonomi, Program Sarjana Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Shimp, Terence, A. (2002). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Erlangga, Jakarta.
- Shimp, Terence, A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William, J. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sutojo, Siswanto. (2003). *Manajemen Penjualan Yang Efektif*, Cetakan Pertama, PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Sudjana. (1995). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiono. (2001). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

- Sugiono. (2004). *Statistika untuk Penelitian*. Cetakan Keenam. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan IV. CV Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sunjoyo, Rony S. Verany C. Nonie M. Albert K. (2012). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Swastha, Basu DH. (1999). *Saluran Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Zikmund, William G., Barry J. Babin, Jon C. Carr and Mitch Griffin. (2010). *Business Research Method*. South-Western: Cengage Learning.