

**DAFTAR PUSTAKA**

- Basu Swastha, Irawan. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Daromi, Sunardji., dan Santosa Sri Harjanti. (1992). *Kebijaksanaan bauran pemasaran*. Yogyakarta: Bagian penerbitan FE - Ull.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell, dan P. W. Miniard (terj.) (1995). *Perilaku Konsumen*, Jilid 2. Edisi Keenam. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Kasali, renald. (1992). *Manajemen Periklanan, Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta :pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip., dan G. Armstrong. (terj.) (1996). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : PT. Perenhallindo.
- McCracken, Grant (1989). "Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundation of the Endorsement Process". *Journal of Consumer Research*, No. 16, 310-321.

- Ohanian, Roobina (1990), "***Construction and Validation of Scale to Measure Celebrity Endorser's Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness***". *Journal of Advertising*, 19, 39-52.
- Ohanian, Roobina (1991). "***The Impact of Celebrity Spokesperson's Perceived Image on Consumer's Intention to Purchase***". *Journal of Advertising Research*, February/March, 46-54.
- Prasetyo. (2001). **Peranan Media Promosi Terhadap Motivasi Konsumen Untuk Membeli Produk Lifebuoy**. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Yogyakarta: Penerbit FE – UII.
- Shimp A, Terence. (terj.) (2003). ***Periklanan Promosi, komunikasi pemasaran terpadu***. jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Simamora, Bilson. (2002). ***Panduan Riset Perilaku Konsumen***. Edisi Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_, (2004). ***Riset Pemasaran***. Edisi Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.