

DAFTAR PUSTAKA

- Aruman, Hanny. (2004). "Celebrity Brand Research." *Marketing Mix*, No. 6 (Juli), 17-21.
- Dharmmesta, B. S. dan Handoko, T. H. (1988). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Liberty.
- Durianto, D., dan Liana C. (2004). "Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh Di Jakarta dan Sekitarnya Dengan Menggunakan *Consumer Decision Model*." *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 11, No. 1 (Maret), 35-55.
- Engel, J.F., R. D. Blackwell, dan P.W. Miniard (terj.) (1994). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hermawan, Asep. (1999). "Dampak Citra Selebriti Terhadap Citra Produk Yang Diiklankan." *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 3 (Desember), 255-260.
- Kasali, Rhenald (1993). *Manajemen Periklanan: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jilid 1. Edisi Ketiga. Pustaka Utama Grafiti.
- Kirana, Rani Ratna. (2004). *The Effects Of Celebrity And Non-Celebrity Endorser's Credibility On Consumer's Purchase Intention*. Proposal Penelitian (Tidak Dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UIL.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. (terj.) (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Mc, Cracken. Cr (1989) : "Who's Celebrity Endorser? Cultural Meaning Foundation Of Endorcement Process", *Journal Of Consumer Research*, vol.16.
- Palupi, Diah (2004). "The Power Of Celebrities." *Marketing Mix*, No. 6 (Juli), 12-16.
- Poeradisastra, Teguh. (2004). "Giliran Merek Lokal Unjuk Gigi." *Swa*, No.XX (22 Juli-4 Agustus), 24-30.
- Shimp, Terence. A. (terj.) (2003). *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Siagian, D (2000). *Metode Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Gramedia.