

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, W.E and R.J. Lutz. 2000. *An Empirical Test of an Updated Relevanceaccessibility Model of Advertising Effectiveness*. Journal of Advertising, Vol. 29 No.1, pp.1-14
- Batra, Rajeev and Pamela Miles Homer. 2004. *The Situational Impact of Brand Image Beliefs*. Journal Of Consumer Psychology, 14(3), 318–330
- Erdogen, B.z. 1999. *Celebrity Endorsement: Aliterature review*. Journal of Marketing Management, 15, 291-314
- Davies, Mark. 1993. *Developing Combinations of Messages appeals for Campaign Management*. European Journal of Marketing, Vol. 27
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Metode Penelitian Untuk Penulisan Skirpsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin, David. 1987. *Competing on the Eight Dimensions of Quality*. Harvard Business Review Market Research: From the November 1987 Issue
- Gabriel, Helen, Rita Kotas dan Roger Bennet. 2006. *Advertising Planning, Aagency Use of Advertising Models and The Academic Practitioner Divide*. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 24. No. 5
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program Amos 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haryono, Andi Tri. 2012. Tesis: *Analisis Pengaruh Kredibilitas Perusahaan, Citra Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Kartu AS (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hendiarti, Dini. 2009. *Tesis Studi Mengenati Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli (Studi Pada Pelanggan Dan Calon Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia)*. Semarang: Universitas Diponegoro

- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodelogi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kahle, Lynn R. dan Chung-Hyun Kim. 2006. *Creating Images & The Psychology of Marketing Communication* Routledge. Pshycology Press: terjemahan
- Kamnis, M.A. 1989. *Celebrity and Noncelebrity Advertising in a two-sides context*. Journal of Advertising Resreach, 29(3), 34-42.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Khatri, Dr. Puja. 2006. *Celebrity Endorsement: A Strategic Promotion Perspective*. Indian Media Studies Journal Vol. 1 July-Dec.
- Keller, Kevin Lane. 1993. "Conceptualizing, measuring, and managing customer based brand equity", Journal of Marketing, Vol. 57, January, pp. 1-22.
- Keller, Kevin Lane. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity, Second Edition*. Pearson Prentice Hal. New Jersey.
- Kennedy, John E dan R. Dermawan Soemanegara. 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip dan Gary Mastring. 1996. *Principle of Marketing*. Prentice Hall Inc, 7th Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C. (1999). *Marketing for hospitality and tourism*. (2nd ed.). Upper Saddle River: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milineum 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Penerjemah: Bob Sabran, MM.
- Kotler, Philip dan Kevin Lan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks. Perjemah: Bob Sabran, MM.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga.
- McCracken, G. 1989. *Who is The Celebrity Cultural Foundation of the Endorsement Process*. *Journal of Consumer Resreach*, 13 (3). 210-321.
- Minor, Michael dan John C. Mowen. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nadesul, Dr. Handrawan. 2008. *Cara Menjadi Perempuan*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Nurhayati, Eva. 2012. *Tesis: Pengaruh Kreatifitas Iklan Pada Kredibilitas Endorser Terhadap Efektifitas Iklan (Studi Pada Iklan Olay Natural White Versi Agnes Monica Di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ohanian, R. 1991. *The Impact of Celbrity Spokespesons Perceived Images on Consumer Intention of Purchase*. *Journal of Advertising Resreach*, 31(1). 46-54.
- Pujadi, Bambang. 2010. *Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli melalui Sikap Terhadap Merek (kasus Pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang)*. Semarang Universitas Diponegoro
- Rita, E dan A.R. Saliman. 2001. *Periklanan yang Efektif*. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk strategi dan Penelitian Pemasaram*. Bogor: Kencana
- Simomora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama
- Sitinjak, Tony, Tumpal J.R.S. (2005). *Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek*. *Manajemen Merek*, 12(2).

- Staton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Super, D.E. and Cristes J.O. (1962). *Appraising Vocational Fitness by Means of Psychological Test*. Tokyo: Harper
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Rosda
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadu Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik: Mungupas topik utama Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfication, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yustika Z, Yerie. 2009. *Pengaruh Kualitas, Desain, dan Harga terhadap Minat Beli Sendi Z Cream di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Zeithaml, Valarie A. 1988. *Consumer Preceptions of Price, Quality and Value: A Means-Ends Model and Synthesis of Evidence*. Journal of Markeing: Vol 52 (July 1988), 2-22
- Majalah SWA 18/ XXVI/ 23 Agustus - 5 September 2012
- MajalahSWA 17/ XXVII/ 5 Agustus - 28 Agustus 2013,
- Majalah SWA 17/XXVIII/ 14 Agustus - 28 Agustus 2014
- Majalah SWA 15/XXXI/ 27 Juli - 9 Agustus 2015
- <http://www.enseval.com/>
- www.kemenperin.go.id

www.indonesianconsume.blogspot.com

<https://en.wikipedia.org/wiki/Garnier>

www.garnier.co.id