

DAFTAR PUSTAKA

- Assael H. (2002), *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, South Western College Publishing, Cincinnati, OH.
- Burton, Graeme. 2007. *Membicarakan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Kajian Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Byrne, Whitehead, dan Breen. 2003. *The truth of celebrity endorsement*
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Budiman, Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, CICILIA Liana. 2004. "Analisa efektifitas iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta". *Jurnal Ekonomi Perusahaan*. VOL. 11 No. 1, Maret
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1997. *Dasar- Dasar Pemasaran Jilid 2*. Prenhallindo. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2006. *Marketing Management*. 12th edition.. New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Gramedia
- Kurniawati, Dyah. 2009. *Studi Tentang Sikap Terhadap merek dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang*. Universitas Dipongoro, Semarang
- Kussudyarsana. 2004. *Fenomena Selebritas sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Marketing.No O3/X/Maret 2010
- Marketing.No O2/X/Februari 2010

- Mittal, Banwari.1994. "*Public Assessment of TV Advertising ; Faint Praise and Harsh Criticism*". Jurnal of Advertising Reseach. Januari-Februari, Vol. 34 (1)
- Ohanian, Roobina,1990. "*Construction and Validation of a scale to measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthinesess and Attractiveness*", Journal of Marketing. Vol 19 (3)
- Peter, J. Paul. dan Jerry, C. Olson. 2000. *Consumer Behavior*, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran; alih bahasa, Sihombing, Damos. Jakarta: Erlangga Publishing Company, Boston Massachusset, AS.
- Riyanto, Makmun. 2008. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*.
- Shimp, Terence A. 2000/2003. *Advertising Promotion and Supplement Aspect of Integrated Marketing Communication 5th Edition ; Alih Bahasa : Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5 , Terjemahan: Reyvani Syahrial. Jakarta : Erlangga
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Silvera, dan Austad. 2003. *Factors Predicting the effectiveness of celebrity endorsement advertisement*
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeto. Bandung
- Susanto, dan Wijanarko, Himawan. 2004. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT. Mizan.
- Temporal, Paul & KC Lee. 2001. *Hi-Tech Hi-Touch Branding : Creating Brand Power in the Age of Technology*. John Wiley & Sons Pte Ltd.

Wulandari. 2009. *Analisis Pengaruh kreatifitas Iklan dann Kredibilitas Endorser Terhadap Efektifitas Iklan Serta Implikasinya pada sikap terhadap Merek..*
Universitas Diponegoro.

Yulistiano, Muhammad, Retno Tanding Suryandari, 2003, *Pengukuran Advertising Response Modelling (ARM) Iklan Televisi Denag Endorser Selebritis dan non Selebritis*. Emperika, Vol.16 no 2 Desember, UNS Surakarta.

<http://www.google.com>