

## DAFTAR PUSTAKA

- ....., 2007, "Indonesian Best Brand 2007", **Majalah SWA**, 16/XXIII/26 Juli-8 Agustus.
- ....., 2008, "Indonesian Best Brand 2008", **Majalah SWA**, 18/XXIV/21 Agustus-3 September.
- Alifahmi, Hifni, 2005, "**Sinergi Komunikasi Pemasaran, Integrasi Iklan, Publik Relations, dan Promosi**", Quantum, Jakarta.
- Durianto, Darmadi, Cicilia Liana, 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.
- Ferdinand, Augusty, 2006, "**Metode Penelitian Manajemen**", Edisi 2, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2007, "**Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handoyo, Sapto, 2004, "Pengaruh Kreatifitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Lux Studi Pada konsumen di Sekitar Wilayah UPN Veteran Yogyakarta)", **Telaah Bisnis**, Vol. 5, Nomor 2, Desember, UPN Veteran, Yogyakarta.
- Jefkins, Frank, 1996, "**Periklanan**", Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Kasali, Rhenald, 1995, "**Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia**", Pustaka Grafiti, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1987, "**Dasar-dasar Pemasaran**", Edisi Ketiga, Jilid I, Intermedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, 2001, "**Dasar-dasar Pemasaran**", Prenhallindo, Jakarta.
- Kover, Arthur J., Stephen M. Goldberg, William L. James, 1995, "Creativity vs Effectiveness? An Integrating Classification for Advertising", **Journal of Marketing Research**, November, Desember.
- Kussudyarsana, 2004, "Fenomena Selebritis Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan", **Benefit**, Vol. 8 No. 2, Desember, UMS Surakarta.
- Nugroho, RML Arry, 2004, "Analisis Efektifitas Iklan Sensual Berdasarkan Perbedaan Gender Pemirsanya", **Jurnal Studi Bisnis**, Vol. 2 No. 2.
- Ohanian, Roobina, 1990, "Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthiness and Attractiveness", **Journal of Marketing**, Vol. 19 (3).
- Percy, Larry, John R. Rositter, 1992, "A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies", **Psychology & Marketing**, Vol. 9 (4), July-August.

- Rita, Eka, AR Saliman, 2001, "Periklanan Yang Efektif", **Jurnal Ekonomi Perusahaan**, Juli, Vol. 8 (2).
- Royan, Frans M., 2005, "**Marketing Celebrities: Selebritis Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri**", PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Shapiro, Stewart H. Shanker Krishnan, 2001, "Memory Based Measures for Assessing Advertising Effect: A Comparison of Explicit and Implicit Memory Effect", **Journal of Advertising**, Vol. XXX, Number 3.
- Shimp, A. Terence, 2000, "**Promosi dan Periklanan, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu**", Erlangga, Jakarta.
- Till, D. Brian, Daniel W. Baack, 2005, "Recall and Persuasion, Does Creative Advertising Matter?", **Journal of Advertising**, Vol. 34 No. 3.
- Yulistiano, Mochammad, Retno Tanding Suryandari, 2003, "Pengukuran Advertising Response Modelling (ARM) Iklan Televisi Dengan Endorser Selebritis dan Non-Selebritis", **Empirika**, Vol. 16 No. 2, Desember, UNS, Surakarta.