

DAFTAR PUSTAKA

- Chasanah, U., 2003, *Membangun Ekuitas Merek Melalui Brand Personality*, *Kajian Bisnis*, Mei-Agustus, No. 29.
- Cohen, D., 1980, In re *Guides Concerning endorsement and Testimonials in Advertising*, *Journal of Marketing* (Legal developments in marketing section), 44.
- Durianto, D dan C. Liana, 2004, *Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft dan Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*, *Journal Penelitian Ekonomi, Bisnis, dan Pembangunan*, Maret, Volume II.
- F. engel, James, R.D. Blackwell & P.W. Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Edisi Keenam, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Danupranata, Gita., dkk. 2006. *Panduan Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, unit penerbitan fakultas ekonomi universitas muhammadiyah yogyakarta, Juli.
- Jogiyanto, Prof., Dr. H.M., M.B.A., 2004. *Akt. Metodologi Penelitian Bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*, BPFE Yogyakarta, cetakan pertama, November.
- Jogiyanto, HM, MBA, Akt., Ph. D. *Sistem Teknologi Informasi, Pendekatan terinterograsi: Konsep Dasar, Teknologi, Aplikasi, Pengembangan dan Pengelolaan*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Kunto, A.A., 2004, *Endorser yang Dipercaya*, *Marketing*, No. 03/IV/Maret.
- Mc. Cracken, G., 1989, *Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsements Process*. *Journal of Consumer Research*, Volume 16 December.
- Mehta, A., 1990, *Celebrity Advertising; A Cognitive Response Approach* (Ann Arbor: University of Michigan Dissertation Service)
- Mehta, A., 1994, *How Advertising Response Modelling (ARM) Can Increase Ad Effectiveness*, *Journal of Advertising Research*, Mei-Juni.
- Ohanian, R., 1991, *The Impact of Celebrity Spokesperson's Perceived Image On*

- Rahmat, A.A., 2001, *Upaya Memberi Nyawa pada Merek, Marketing*, No. 8/II, 23 Mei-5 Juni.
- Rahmawati R., Fatmawati I., Anwar M. 2005. *Praktikum Statistik II*, UPFE Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Cetakan pertama September.
- Sekaran, U., 2000, *Reserach Moethods for Bussiness: A Skill Building Approach* Third Edition, New York : John Wiley & Son, Inc.
- Sukmawati, A., dan Suyono, J., "Analisis Karakteristik Bintang Idola Iklan (Celebrity Endorser) Terhadap Minat Beli Konsumen Sebuah Merek Multivitamin", *Jurnal Penelitian Fokus Manajerial*, Vol. 3, No. 1, hal: 21-33, 2005.
- Thamrin, S.D., 2003, *Studi Mengenai Proses Adopsi Konsumen Pasca Tayang Iklan Produk "Xonce" di Surabaya*. *Journal Sains Pemasaran Indonesia*, II (2)
- Wihandaru, Drs., SP., M.Si. 2004. *Ekonometirka Pengantar*, UPFE Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Cetakan pertama Juni.
- Yulistiano, M., dan Suryandari, R.T., 2003, *Pengukuran Advertising Response Modeling (ARM) Iklan Televisi dengan Endorser Selebriti dan Non Selebriti*, *EMPIRIKA*, 16 (2)