

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta: Jakarta
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior*, 6th Edition. Thompson Learning: New York
- Baker, C. 2001. *Foundation of Bilingual Education and Bilingualism*. 3rd Edition. Multilingual matters Ltd.: Sidney
- Boyd, et.al. 2000. *Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga: Jakarta
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Daromi, S.1994. *Kebijakan Bauran Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta
- Frans M, Royan. 2004. *Marketing Selebriti "Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri"*. Alex Media Komputindo: Jakarta
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hadi, Sutisno. 2001. *Analisis Regresi*. Andi Offset: Yogyakarta
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif*

dan Kuantitatif. Gedung Persada Press: Jakarta

Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Terjemahan dari Harcourt College
Publisher. Erlangga: Jakarta

Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep Dan Aplikasinya Di
Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti: Jakarta

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Prentice Hall: Jakarta

Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana:
Jakarta

Kusnendi. 2008. *Model-model Persamaan Struktural*. Alfabeta: Bandung

Margono, S. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta: Jakarta

Morissan. 2007. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina
Prakarsa: Jakarta

Mowen, John C., dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Erlangga:
Jakarta

Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif:
Teori dan Aplikasi*. Agung Media: Bandung

Peter, J., and Olson, Jerry C. 1996. *Consumer Behavior and Marketing
Strategy*, 2nd Ed. John Willey& Son: New York

Rakhmat, Jalaludin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja
Rosdakarya: Bandung

- Rossiter, John R., dan Larry Parcy. 1987. *Advertising and Promotion Management*. McGraw-Hill: New York
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1983. *Pengantar Umum Psikologi*. Bulan Bintang: Jakarta
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Salemba Empat. Jakarta
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi*. Terjemahan oleh Revyani Sjahrial, SE. PT. Gramedia: Jakarta
- . 2000. *Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 2, Alih Bahasa oleh Dwi Kartini. Erlangga: Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung
- . 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung
- Sukardi. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Bumi Aksara: Jakarta
- Sumanto. 2002. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Andi Offset: Yogyakarta
- Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia: Jakarta
- Thoha, Miftah. 1999. *Perilaku Organisasi – Konsep Dasar dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta

SUMBER ONLINE

http://www.okezone.com/read/2015/09/16/15/1215030/laku-8-413-unit-sonic-150r-motor-sport-terlaris-honda?utm_source=br, diakses

tanggal 30 Oktober 2015

<http://www.astra-honda.com>, diakses tanggal 26 November 2015

smuha-yog.sch.id, diakses tanggal 20 Desember 2015

<http://www.ganlob.com/2015/01/31/hasil-survei-al-ghazali-dan-joe-taslim-paling-menjual/>, diakses tanggal 23 Januari 2016

SUMBER LAIN

Baron, R. and Kenny, D. 1986. The moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual Strategic, And Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6): 1173-1182

Lafferty, B. A, Goldmith, R. E, and Newel, S. J. 2002. The Dual Credibility Model: The Influence of Corporate and Endorser Credibility on Attitudes and Purchase Intentions. *Journal of Marketing*. Pp. 1-11.

Mackenzie, S. B., Lutz, R. J., dan Belch, G. E. 1986. The Role of Attitude

Toward the Ad as a Mediator of Advertising Effectiveness: A Test
of Competing Explanations. *Journal of Marketing Research*, Vol.
23. Pp. 130-143