

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Zakarija, 2010, *Theory of Planned Behaviour, Masihkah Relevan?*, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Anonim, *Top Brand Survey Result 2009-2013*, www.topbrand-award.com, Diakses pada Selasa, 29 Oktober 2013.
- Anonim, *Sejarah PT. SidoMuncul*, www.sidomuncul.com, Diakses pada Rabu, 29 Januari 2014
- Assael, Henry, 1998, *Consumer Behavior and Marketing Action; Sixth Edition*, South Western College Publishing.
- Bansal, H.S., Taylor S.F. and St. James, 2005, **Migrating to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers Switching Behaviors**. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 33(1), 96-115.
- Engel, James F., Blackwell, R.D., and Miniard P.W., 2003, *Consumer Behavior*, Dridex Press, New York.
- Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek & Psikologi Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*, Edisi I, Badan Penerbit-UNDIP Semarang.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran; Jilid 1*, Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kusnendi, 2008, *Model-Model Persamaan Struktural; Satu dan Multigroup Sampel dengan LISREL*, Alfabeta, Bandung.
- Kussujaniatun, Sri, 2007, **Analisis Pengaruh Dead Endorser terhadap Brand Personality pada Iklan Kompas di Televisi (Survei pada Konsumen Surat Kabar Harian Kompas di Kabupaten Sleman Yogyakarta)**, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol.14 No.1, 90-104*, Yogyakarta.
- Laksana, Fajar, 2008, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair dan Carl McDaniel, 2001, *Pemasaran: Buku 2*, Salemba Empat, Jakarta.

- Martiningtyas, Nining, 2011, *Teori, Soal, dan Pembahasan Statistika*, Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta.
- Mowen, John C, dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen; Jilid I*, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mursid, M., 2010, *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Nurani, Eka Setya, dan Jony Oktavian Haryanto, 2011, **Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Association, Brand Personality dan Product Characteristic dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi pada KukuBima Ener-G Rosa Versi Chris John)**, *Journal of Business Strategy and Execution* 2 (2) 104-125, Salatiga.
- Prisgunanto, Ilham, 2006, *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Priyatno, Duwi, 2008, *Mandiri Belajar SPSS*, Mediakom, Yogyakarta.
- Sari, Veva Ardhyaning Kencana, dan Zakrija Achmat, 2013, **Konsep Diri Independen dengan Intensi Membeli Sepeda Fixie**, ISSN: 2301-8267, Vol.01, No.01, Fakultas Psikologi-Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sarwono, Jonathan, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- _____, 2012, *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J., 2005, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana, Jakarta.
- Shimp, A. Terence, 2003, *Promosi dan Periklanan*, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suharno dan Yudi Sutarso, 2010, *Marketing in Practice*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sukaris, 2009, *Analisis Data Statistik dengan SPSS*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi-Universitas Muhammadiyah Gresik.

- Sumarwan, Ujang, 2002, *Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Umar, Husein, 2010, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Uyanto, Stanislaus S., 2006, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Wiguna, Gugun, 2013, *The Influence of Celebrity Athlete Endorser, Brand Awareness, Brand Association, and Brand Personality toward Purchase Intention*, UIN Syarif Hidayatullah-Jakarta.