

DAFTAR PUSTAKA

- Amos, C., Holmes, G., & Strutton, D. (2008). **Exploring the relationship between celebrity endorser effects and advertising effectiveness A quantitative synthesis of effect size.** *International Journal of Advertising*. 27(2), pp. 209–234
- Ansori, M. Afif ,M. Yusuf. (2007). Analisis pengaruh psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian *smartphone* Balckberry. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Aydin dan Ozer, G. 2005., “ *customer loyalty and the effect of switching cost as a moderator variabel : a case in the turkish mobile phone market* “, *marketing intelegent & planning* , Vol. 23 / No. 1
- Basford & Oliver, S. (2006). *Teori dan praktik keperawatan pendekatan integral pada asuhan pasien.* Jakarta: EGC
- Belch, George E. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective.* Edisi ke-6. Mc Graw-Hill Company, New York
- Chi, Wuchun dan Huang, Huichi, dkk 2007. Discretionary Accruals, Audit-Firm Tenure and Auditor Tenure: An Empirical Case in Taiwan. *Contemporary Accounting Research* Vol. 25, halaman 415–445 (diunduh dari <http://ntur.lib.ntu.edu.tw/bitstream/246246/84848/1/4.pdf>)
- Choi, Frederick D.S. and Meek, Gary K. 2005. “Akuntansi Internasional”.Edisi Kelima, Buku kedua.Salemba Empat. Jakarta.
- Doney, P.M., and Cannon, J.P., 1997, “**An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship**,” *Journal of Marketing*” April, pp. 35-51.
- Endah Puji Astuti. 2011. *Jurnah KTI Hubungan Antara Pritas dengan Anemia Pada Ibu Hamil Trimester I di Puskesmas Bandarharjo Semarang.*
- Eni Heruwati ,2010. **Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi pada konsumen PT.Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang).**” Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hakimi, dkk (2011). **Investigate the Impact of Celebrity Endorsement on Brand Image. *European Journal of Scientific Research*. Vol.58 No.1 (2011), pp.116-132**
- Irawan, Handi, 2004, *Kepuasan Pelanggan, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.*
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- _____, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. (terjemahan Hendra Teguh, SE, Ak dan Ronny A. Rusli, SE., Ak) jilid 2, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- _____, P. & Keller, K.L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Liriswati, Anita dan Albari 2004, **analisis pengaruh minat beli konsumen sabun cair lux, biore dan lifeboy di kotamadya yogyakarta d tinjau dari pengaruh sikapnya setelah melihat iklan di televisi dan norma subyektif, JBS No. 9 Vol 2**
- Mowen, J.C dan M. Minor (2001), *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga
- Muchsin Muthohar dan Amin Ramadhan Triatmaja, S.E, (2013), dengan judul **“Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen”**, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Hoekman. 2013. *Organizational Communication and Occupational Stress in Austrakian Catholic Primary Schools*. University of Wollongong
- Khan, Z. & L.D. Sharon. 2008. Characterization of Bacterial Endophytes of Sweet Potato Plants. *Plant Soil*. 10: 1-10.
- Novi Rahayu Pramudyaningih (2010) dengan judul **“Pengaruh Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pelembab Mulka Ponds di Kota Semarang”**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

- Nurmala dan Paramon, Yuda, 2011, faktor-faktor yang berpengaruh pada tingkat kepuasan pengguna sistem informasi berbasis web. *Ventura* vol. 8, No.1, April 2011
- Ohanian, R. (1990), "Construction and Validation Of A Scale To Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness," *Journal Of Advertising*, Vol 19, No 3, pp. 39-52.
- Prasaranphanich ,(2007), "Physical Attractiveness of the Celebrity Endorser: A Social Adaptation Perspective", *The Journal of Consumer Research*, Vol 11, Issue 4, pp. 954-961.
- Pughazhendi, A & Ravindran, D.S. (2012). **A Study on The Influence of Using Celebrity Endorsements on Consumer Buying Behaviour in Tamil Nadu, India.** *Journal of Research in International Business Management*. Vol. 2(4) pp. 89-96 April 2012.
- Poturak, S. (2011) : Functional neuroimaging of attentiondeficit/hyperactivity disorder: a review and suggested future directions. *Biol Psychiatry* 57:1273–1284
- Ranjbarian, B., Shekarchizade, Z. & Momeni, Z. (2010). **Celebrity Endorser Influence on Attitude Toward Advertisements and Brands.** *European Journal of Social Sciences*. Vol 13. Number 3. 399
- Retherford, Fj. (2014). *Science for All American*. Oxford University Pres : New York
- Rini Risnawita S. 2010. **Teori-teori Psikologi**. Yogyakarta: Ar-ruz Media Grup
- Rodriguez, J., 2008, Review: Recent Trends and Developments in Pyrolysis-Gas Chromatography, *Journal of Chromatography*, 51-56.
- Riduwan dan Sunarto, H. (2007), Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis, Cetakan 1, Alfabeta, Bandung.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sallam, M.A.A & Wahid, N.A. (2012). **Endorser Credibility Effects on Yemeni Male Consumer's Attitudes towards Advertising, Brand Attitude and Purchase Intention: TheMediating Role of Attitude toward Brand.** *International Business Research*. Vol. 5,No. 4

- Santoso, 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2006. *Consumer Behavior, New Jersey: Perason Prestice Hall*
- Schiffman , Kanuk (2006), perilaku konsumen di lain bahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi ke tujuh , Penerbit PT. Index
- Sertoglu, Ermec dan Catli, Ozlem (2014) **Examining the effect of endorsercredibility on the consumer buyingintention** : International Review of management and marketing Vol.4(1), 66-77.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jilid 1. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga
- Shimp, Terence A. (2007). **Periklanan Promosi**. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Shimp, Terence, A. 2007, *Peiklanan, Promo, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Kelima, Diterjemahkan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah, Jakarta. Airlangga
- Sugiyono, (2010), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Till Brian D, Daniel W Baack. 2005. **Recall and Persuasion: Does Creative Advertising Matter, Journal of Advertising**. Vol. 34, No. 3, Fall.
- Tjiptono, F. 2006. **Konsep Manajemen Strategi**. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Triatmono.Info/Data-Penjualan-Tahun-2012/Data-Penjualan-Motor-Tahun-2005/
- Utami, D. S. (2011). Analisis Chemical Oxygen Demand (COD) pada Limba Cair Domestik dengan Metode Spektrofotometri Portable. Medan: Program D3 Analis Farmasi dan Makanan Fakultas Farmasi Universitas Sumatera Utara
- Yuniarto, H. (2010). *Corak K Rini ulit sebagai Daya Tarik Kecantikan Luar terhadap Perem-puan di Desa Simego*. Diunduh tanggal 14 Desember 2012 di <http://ruraleconomics.fib.ugm.ac.id/wp-content/uploads/lebakbarang-2010-hendy-yuniarto>.
- Yoestini dan Eva Sheila. R. (2007). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol VI (No. 3).
- Zafar, Q. & Rafique, M. (2009). **Impact of Celebrity Advertisement on Customers' Brand Perception and Purchase Intention. Asian**

Journal of Business and Management Sciences. Vol. 1 No. 11 (53-67)

Zafar, Q. & Rafique, M. (2012). **Impact of Celebrity Advertisement on Customers' Brand Perception and Purchase Intention.** *Asian Journal of Business and Management Sciences. Vol. 1 No. 11 (53-67)*