

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., Kumar, V. dan Day, G.S. 1998. *Marketing Research*. New Jersey. John Wiley and Sons.
- Aaker, D. 1996. *Building Strong Brands*. New York. The Free Press
- Agrawal, J dan Kamakura, W.A. 1995. The Economic Worth of Celebrity Endorsers: An Event Study Analysis. *Journal of Marketing*, 59 (3):56-62
- 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
- Anderson, B. 1983. *Imagined Communities* . London. Verso.
- Apriliana, P. 2010. *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Lux (Studi Kasus Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Assegaf, D.H. 1992. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta. Graha Indonesia.
- Atkin, C. dan Block, M. 1983, *Effectiveness of Celebrity Endorsers, Journal of Advertising Research*, 23 (Feb/Mar), 57-61.
- Belch, G.E dan Belch, M.A. 2004. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. 6th Edition. New York: McGraw Hill.
- Danim, S. 1997. *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku : Acuan Dasar Bagi Mahasiswa Program Sarjana dan Peneliti Pemula*. Cetakan Pertama. Jakarta. Penerbit Bumi Aksara
- Effendi, A. 2012. *Pengaruh Pemberitaan Positif Dan Negatif Pada Endorser Terhadap Sikap Konsumen*. Surabaya. Universitas Airlangga
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., dan Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Binarupa Aksara.

- Ferdinand, A.T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Kedua)*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gony, R. 2007. *Playing to Win*. Jakarta. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hair, Jr., Joseph, F., Rolph, E., Anderson, Ronald., L., Taatham dan William C., Black.. 1995. *Multivariate Data Analysis with Readings*. 4th ed. Prentuce-Hall, Inc.
- Handoko, R.S. 2006. *Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorser Dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Yang Mempengaruhi Sikap Terhadap Merek*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Hardiman, I. 2006. *400 Istilah PR Media dan Periklanan*. Jakarta. Gagas Ulung.
- Hart, N.A. dan Stapleton, J. 1995. *Kamus Marketing*, penerjemah Anthony Than, Agustinus Subekti, edisi pertama. Jakarta. Bumi Aksara.
- Herinta, N. 2012. *Analisis Pengaruh Daya Tarik, Keterpercayaan Serta Keahlian Selebriti Endorser Terhadap Sikap Terhadap Merek*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Hoeffler, S. dan Keller, K.L. 2003. *The Marketing Advantages of Strong Brands, Brand Management*, Vol. 10, No.6. pp. 421-445.
- Imarta, F.A. 2013. *Pengaruh Brand Image Dan Sikap Atas Merek Terhadap Ekuitas Merek KFC Veteran Padang*. (<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/144/131>)
- Ishak, A. 2008. *Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen*. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Iskandar, 2009. *Panduan Lengkap Internet*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Jefkins, F. 1995. *Public Relations*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Jewler, A.J. and Drewniany, B.L. 2005. *Creative Strategy in Advertising*. USA: Wadsworth Thomson Learning.
- Kasmir, 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta. Prenada Media.

- Keller, K.L. 2003. *Strategic Brand Management : Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Second Edition. New Jersey. Pearson Prentice Hal.
- Kinney, C. T., dan Taylor, J.R. 1987. *Riset Pemasaran*, Edisi Ketiga. Terjemahan. Yohannes Lanarto dan Agus Maulana. Jakarta. Erlangga.
- Kotler P. dan Armstrong, G. 2012 . *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14 Edition. Pearson Education
- Kotler, P. dan Keller K.L. 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Global Edition. Pearson Education.
- Kusumaningrat, H. dan Kusumaningrat. P. 2005. *Jurnalistik : Teori dan Praktik*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Saparso dan Lestari, D. 2009. *Peranan Endorser Terhadap Brand Image Dari Sudut Pandang Konsumen*. Jakarta. Universitas Kristen Krida Wacana
- Liu, T.M., Yu-Ying, H., Minghua, J. 2007. *Relations Among Attractiveness Of Endorsers, Match-Up, And Purchase Intention In Sport Marketing In China*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 24, No. 6, pp.358- 365.
- Loudon, D.L. dan Bitta, A.J.D. 1993. *Consumer Behavior*. 4th Edition. Singapore. McGraw Hill.
- Louie, T.A., Jacobson, R., Kulik, R.L. 2001. *When Bad Things Happen to the Endorsers of Good Products*. *Marketing Letters*, 12(1), 13-23
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Madura, J. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 4th Edition. New Jersey. Pearson Education Inc.
- Martinez, E. dan Chernatomy, L. 2002. *The Effect of Brand Extension Strategies Upon Brand Image*”, *International Journal of Research in Marketing*. December 2002, p 1-26.
- McGuire, J.M., Taylor, D.R., Broome, D.H. Blau, B.I., Abbott, D.W. 1986. *Group Structuring Techniques and their Influence On Process Involvement In A Group Counseling Training Group*. *Journal of Counseling Psychology*. 33, no. 3, 270-273

- Mittal, B. 1994. "Public Assessment of TV Advertising ; Faint Praise and Harsh Criticism". *Journal of Advertising Reseach*. Januari-Februari, Vol. 34 (1)
- Narimawati, U. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Agung Media.
- Nazir, M. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Nurchayadi, A. 2011. *Internet, Pendongkrak Pertumbuhan Ekonomi*, (online), (<http://analisis.news.viva.co.id/news/read/198229-internet--pendongkrak-pertumbuhan-ekonomi>, diakses 14 Januari 2014)
- Ohanian, R. 1990. "Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorser's Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness." *Journal of Advertising*, 19, 39-51
- Opung. 2013. *Kronologi Kecelakaan Dul Anak Ahmad Dhani Yang Menewaskan 6 Orang*, (online), (<http://www.slidegossip.com/2013/09/kronologi-kecelakaan-dul-anak-ahmad-dhani-yang-menewaskan-6-orang.html>, diakses 28 Desember 2013).
- Pratto, et al. 1991. *Automatic vigilance: The attention-grabbing power of negative social information*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 380-391.
- Rakhmat, J. 2004. *Psikologi Komunikasi*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan dan Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Royan, F.M. 2005. *Marketing Celebrities*, Jilid I. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Saladin, J. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. PT. Linda Karya.
- Sarwono, J. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta. Andi Offset
- Schiffman, L. dan Kanuk, L.L. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.

- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business : A Skill Building Approach 2nd Edition*. New York. John Wiley and Son.
- Sekaran, U. 2000. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta. Salemba Empat.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Kencana.
- Solimun. 2002, *Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos*. Fakultas MIPA. Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung. Alfabeta.
- Sumadiria, H. 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya .
- Sumarwan, U. 2009. *Pemasaran Strategik*. Jakarta. Inti Prima Promosindo
- Suslow, T., Junghanns, K., dan Arolt, V. 2001. *Detection of facial expressions of emotions in depression*. *Percept. Mot. Skills* 93, 857–868.
- Till, B.D. dan Shimp, T.A. 1998. Endorsers in Advertising. The Case of Negative Information. *Journal of Advertising*. 27(1): 67-82.
- Till, B.D. 2001, “*Managing Athlete Endorser Image: The Effect of Endorsement Product.*” *Sport Marketing Quarterly*, 10, 1, 35-42.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia Publishing.
- Wahyudi, J.B. 1996. *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta. PT. Pustaka Utama.
- White, D. W., Goddard, L., Wilbur, N. 2009. *The Effects Of Negative Information Transference In The Celebrity Endorsement Relationship*. *International Journal of Retail dan Distribution Management*. Vol. 37, No. 4, 322-335.
- Wijaya, B.S. 2011. *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. Jakarta. Bakrie University