

Daftar Pustaka

Buku:

- Babbie, Earl. *The Practice of Social Research*. 6th ed. California: Wadsworth Publishing Company. 1992. p 205
- Bailey, Kenneth D. *Methods of Social Research*. 4th ed. USA: The Free Press. 1994. p 36
- Bambang Prasetya dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2005. p 43
- Bambang Prasetya dan Lina.M. Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.2005. p 39
- Belch, George E and Michael A Blech. *Contemporary Advertising*. Boston: Rochard D. Irwin, 1992. p 68
- Duncan, Tom. *Using Advertising and Promotion to Build Brand*. McGraw Hill. 2002. p 67
- Evan Jessica, David.H. *Understanding Media: Inside Celebrity*. Open University Press.2005. p 37-39
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta. 2002. p 19
- Hadi S. *Metodologi Research II*. Fakultas Psikologi UGM. Yogyakarta. 1997. p 86
- Hair, JF Junior, RE., Anderson, RL Tatham., and William CB. 1995. *Multivariate Data Analysis*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall, p 333
- Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis: Paradigme Kuantitatif*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana. 2006. p143
- Husein Umar. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 1997. p 56
- Irawan, Dr. Prasetya M.Sc. *Logika dan Prosedur Penelitian: Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula*. Jakarta. STIA-LAN Press. 1999. p 92

- Istijanto. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2005. p 120
- K. Poerwandari. Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia. Jakarta. 2003. p 20
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Millenium Ed. 2002. p 658
- Malhotra, Naresh K. Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. PT Indeks. 2005. p 287
- Nanawi. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta. Gajah Mada University Press. 2003. p 31
- Naresh K. Marketing Research: An Applied Orientative. USA: Prentice Hall International. 1993
- Neuman, Lawrence M.W. Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches. Boston: Ally and Bacon. 1997. p 179
- Pengolahan Data Statistik dengan SPSS 12. Wahana Komputer. Penerbit Andi, Semarang. 2004. p. 217
- Rakhmat, Jalaludin. Metode Penelitian Komunikasi. Jakarta. Remaja Karya. 1985. p 95
- Santoso, Singgih, dan Tjiptono, F. Riset Pemasaran. Edisi Ketiga. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta. 2004. p 90
- Schiffman, L.G dan L.L. Kanuk. Consumer Behaviour. Prentice Hall. New Jersey, USA. 2000
- Schiffman, L.G, Kanuk. Consumer Behaviour. Prentice Hall International. 2000. p 271
- Shimp, A. Terrence. Advertising and Promotion: Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications. 2003. p 335
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi. Jakarta. 1991. p122
- Singgih Santoso, Fandy Tjiptono. Riset Pemasaran. Edisi Ketiga PT Elex Media Komputindo. Jakarta. p 153
- Solomon, R, Michael. Consumer Behaviour. 4th ed. Prentice Hall Inc. 2000. p 243

Sugiyono. Metode Penelitian Administratif. Cetakan kesembilan. Bandung. 2002.
p 57

Tellis, G.J. Advertising and Sales Promotion Strategy,.Adison-Wasley.
Educational Publiser Inc. 1998. p 44

Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. PT Elex Media Komputindo. Jakarta. p 107

Triastuti, Endah. Metode Penelitian Sosial: Jenis-jenis Penelitian. Fisip UI. 2001.
p 36

Walizer, Michael H dan Paul C. Wiener. Metode dan Analisa Penelitian: Mencari
Hubungan. Jakarta: Erlangga. 1991. p 105

Jurnal:

Ohanian, R. Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity
Endorsers. Journal of Advertising. 1990. p 39-52

Brian D Till, Michael Busler. The Match-up hypothesis: Physical Attractiveness,
Expertise, and The Role of Fit on Brand Attitude. Journal of
Advertising.2000. Vol.29,Iss.3

Barbara A Lafferty et al. The Dual Credibility Model: The Influence of Corporate
and Endorser Credibility on Attitudes. Journal of Marketing Theory and
Practice. 2002. p 2

Till, Brian D. Michael Busler. Matching Product with Endorser. Journal of
Consumer Marketing. 1998. p 580

McCracken, G. Who is Celebrity Endorser? Cultural Foundation of the
Endorsement Process. Journal Consumer Research. 1989. p 315

Ohanian,R. The Impact of Celebrity Spokesperson's Preceived Image on
Consumer. Journal Advertising Research. Vol.31.No.1. 1991

Sumber lainnya:

Akses Lokal dimana-mana. www.tempointeraktif.com. Tempo Interaktif. diakses
pada hari selasa. tanggal 25 Maret 2008. pukul14.10

Kompas Media. www.kompascybermedia.co.id. Kompas. diakses pada sabtu.
tanggal 29 Maret 2008. pukul 15.30

Siaran Press: Bakrie Telecom tembus 1 Juta Pelanggan. www.esia.co.id, Esia. diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Mei 2008, pukul 20.30

Esia News. www.myesia.com/esia. Esia. diakses pada hari Minggu, tanggal 10 Februari 2008, pukul 15.30

