

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Wahyu. (2010). *Panduan SPSS 17.0*. Jogjakarta: Garailmu.
- Belch, G.E. & Belch, M.A.(2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York : The McGraw-Hill Irwin
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima.)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2007). *Marketing Management (14e global edition)*. United States of America: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Marketing Management(14e global edition)*. United States of America: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management (14e global edition)*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P.,& Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing(14e global edition)*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset (edisi pertama)* Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Schiffman, L.G. & Kanuk L.L. (2007). *Consumer Behaviour (6th edition)*. New Jersey:Pearson Education.
- Schiffman, L.G. & Kanuk L.L. (2008). *Consumer Behaviour (6th edition)*. New Jersey:Pearson Pretince Hall
- Sekaran, U & Bougie, R. (2010). *Researchmethods for business, 5th edn*, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Shimp, T.A. (2008). *Advertising, Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communcation*. (4th edition).Orlando Florida.Drydeen Press.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swasta, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 1. Yogyakarta. Liberty
- Umar, Husein. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (edisi kesatu.)* Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, Husein. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (edisi kesatu.)* Jakarta: Rajawali Pers.
- Wijaya, Tony. (2009). *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: UAJY

Jurnal

- Desyeni, M Nabhan (2009). Pengaruh Celebrity Endorser Gita Gutawa terhadap minat beli Indomie studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia diakses dari Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia.
- Hanindharni, A Made (2011). Mengkaji Iklan Televisi LUX berdasarkan konsep Brand Awareness dan Estetika massa diakses dari jurnal newmedia
- Humeinta, L (2007). Who Endorses Whom? Meaning In Celebrity Endorsement diakses dari Jurnal Emerald.
- Lucas, A Bryan (2005). The Equity of Product endorsement by Celebrities diakses dari Jurnal Emerald
- Pratiwi, Anisa (2007). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Iklan Produk Kartu XL bebas di Bandar Lampung diakses dari Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.
- Ramadhan, Ahmad (2006). Persepsi Komunitas Underground pada Event Indie Movement terhadap daya tarik Celebrity Endorser Sebagai Positioning Iklan di Antonim Wardrobe diakses dari Jurnal digital Library Unikom.
- Rappu, R (2009). Celebrity Endorsment, Brand Credibility dan Brand Equity diakses dari Jurnal Emerald
- White, W Darin (2009) The Effects Of Negative Information Transference In Celebrity Endorsement diakses dari Jurnal Emerald

WEBSITE

www.alexa.com

<http://api.dailysocial.net/en/wp-content/uploads/2012/08/eCommerce-in-Indonesia.pdf>

<http://batik.imtelkom.ac.id/>

<http://www.baetus.com/2013/03/ebay-vs-tokobagus-vs-fjbkaskus-vs.html>

<http://www.emeraldinsight.com/>

<http://www.kaskus.co.id/>

<http://rumahpengaduan.com>

<http://www.thejakartapost.com/>