

DAFTAR PUSTAKA

- Alif, M. G, 2001., “Selebritis Sebagai Endoser”, *Tabloid Cakram Komunikasi*, Edisi Februari, 56-57.
- Assael, H.,1998, *Customer Behavior and Marketing Action*, 6th ed. South Western College Publishing, Ohio.
- Budiyuwono, N., 1993, *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, Edisi I, Jilid I, Yogyakarta, UPP AMP YKPN.
- Cakram Komunikasi, 2003., *Meneropong Bintang Iklan*. Edisi Desember, 57.
- Cooper, D.R., 2000, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jilid 1 dan 2, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.
- Cravens, D,W., 1996, *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta.
- Hawkins, D., 1998, *Customer Behavior Building Marketing Strategy*, McGraw-Hill, Irwin.
- Harry, P, 2003,” Model Iklan ‘Ngetop’”, *Cakram Komunikasi*, Edisi Februari, 58.
- Kartajaya, H., 1996, “Keterkaitan Antara Merek dan Model”, *SWA*, Edisi Desember, 92.
- Kasali, R., 2003, *Menabur Program menuai Iklan*, *Cakram Komunikasi*, Edisi Khusus Televisi, 20-21.
- Kotler, P., 2000, *Marketing Manangement*, The Milinium Edition, Prentice-Hall, Inc., Upper Salddler River, New Jersey.
- Marzuki, 2000, *Metodologi Riset*, BPFU UII, Yogyakarta.
- Ohanian, R.,1990., *Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endosers’ Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness*, *Journal of Advertising*. Volume 19, no 3,39-52.
- Ohanian,R., *The Impact of Celebrity Spokespersons’ Perceived Image on customers’ Intention to Purchase*, *Journal of Advertising, Research*, February/March 1991.
- Puspito, H., 2004, *Model Iklan ‘Ngetop’*, *Cakram Komunikasi*.
- Sekaran, U., 2000, *Research Methods for Business*, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Singarimbun, M., Sofyan, E., 1989, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta:LP3ES.
- Sugiarto, dkk, 2001, *Teknik Sampling*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 1994, *Statistika penelitian dan aplikasinya*, Alfabeta.
- Sumartono, 2002, *Terperangkap dalam Iklan*, Alfabeta.
- Sutisna, P., Teddy., 2002, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Tinarbuko, S., 2003, “Tolak Ukur Kualitas”, *Cakram Komunikasi*, 16.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh kredibilitas Dian Sastro sebagai Duta produk Panasonic terhadap respon konsumen
FADILAH, Elzani, Dr. Teguh Budiarto, MIM
Universitas Gadjah Mada, 2004 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Well D.W., David P., 1996, *Consumer Behavior*, New York, Jhon Wiley and Sons, Inc.
Zeithaml, V., Leonard L. B., atc.,1985, *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*, *Journal of Marketing*, Vol 49.

[Http://www.wanita.com](http://www.wanita.com)

[Http://www.mediaindo.co.id](http://www.mediaindo.co.id)

[Http://www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

[Http://www.google.com](http://www.google.com)