





Pengaruh atas penerimaan image dari Celebrity Spokesperson terhadap keinginan membeli konsumen

Roobina, Anian, Roobina, *The Impact Of celebrity spokespersons' perceived image on consumers' intention to purchase*, February/March 1991.

Universitas Gadjah Mada, 2003. Diunduh dari <http://eprints.ugm.ac.id/>

garimbun, Masri dan Effendi, Sofian, 1995, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.

giarto, dkk, 2001, *Teknik Sampling*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

omon, Michael R., 2002, *Consumer Behavior (buying, having, being)*, fifth edition, Prentice Hall.

otono, Fandy, 200, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.

iar, Husein, 2001, *Metode Penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.