

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar A.F., Nuryanto, & Kusumastuti D. (2012). "Pengaruh terpaan iklan televisi terhadap persepsi tentang produk (studi eksperimen pengaruh iklan televisi *handphone* Nokia terhadap persepsi mahasiswa S1 komunikasi non reguler angkatan 2009 dan 2010 UNS tentang produk Nokia). <http://digilib.uns.ac.id/pengguna.php?mn=showview&id=29608>.
- Albari & Liriswati A., (2004). "Analisis minat beli konsumen sabun cair Lux, Biore dan Lifebuoy di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau dari pengaruh sikapnya setelah melihat iklan di televisi dan norma subyektif". *JSB No. 9 Vol. 2, DESEMBER 2004*. 215-239.
- Apsari F., (2012). "Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing pada Pria Metroseksual". *Talenta Psikologi* Vol. 1 No. 2, Agustus 2012, 183-204.
- Arikunto, S (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- As'ad, M. (2005). *Psikologi Industri, Seri Umum. Sumber Daya Manusia*. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty.
- Assael, H., (2002). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Boston, Massachusetts, PWS-KENT Publishing Company.
- Azwar Saifuddin. (2006). *Metode Penelitian*. Edisi 2. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Edisi 2. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Belch, G.E. and Belch, M.A. (2004), *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (7th edition), McGraw Hill:
- BPOM. 2002. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor Hk.03.1.23.12.11.10689 Tahun 2011 Tentang Bentuk dan Jenis Sediaan Kosmetika Tertentu yang Dapat Diproduksi oleh Industri Kosmetika yang Memiliki Izin Produksi Golongan B. [http://www.pom.go.id/index.php/home/hukum\\_perundangan/0/01-01-2000/23-10-2012](http://www.pom.go.id/index.php/home/hukum_perundangan/0/01-01-2000/23-10-2012).
- Chaplin, J.P. (2002 ). *Kamus Psikologi*. Jakarta: Rajawali.
- Deswita. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Faisal A., (2002). *Teknik Menjual*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Ferdinand A., (2002). *Pengembangan Minat membeli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi S., (2000). *Metodologi Research*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi Perkembangan :Suatu Pendekatan Sepanjang Rennmg Kehidupan (Alih Bahasa Istiwidayanti dkk)*. Jakarta: Erlangga.
- Irawan H., (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Gramedia. Jakarta
- Ishak A., (2005). “Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya”. *Edisi Khusus JSB On Marketing*, 2005, 1-11.
- Kompas.com. (2012). “Kulit Putih Dengan Serum Itu Berbahaya Gak Sih?”. <http://kesehatan.kompasiana.com/medis/2012/06/18/kulit-putih-dengan-serum-itu-berbahaya-gak-sih-667472.html>. Dikutip 26 November 2013.
- Kotler P., (1997). *Marketing Management “Analysis, Planning, Implementation and Control*.(9<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- \_\_\_\_\_, (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*. 11th Edition. New Jersey: Prentice Hall. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., (2003). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Cetakan III. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusudyarsana. (2004). “Fenomena Selebritas sebagai Model Iklan dari sudut pandang Sumber Pesan”. *Benefit*. Vol. 8 No. 2 , Desember, UMS Surakarta.
- Mandasari K., (2011). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat membeli Konsumen Dalam Memilih Jasa Perhotelan (Studi kasus pada Hotel GRASIA Semarang)”. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Undip.
- Markin, Jr. (1974). *Management in global market*, Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Miciak A.R. & Shanklin W.L., (1994). *Marketing Management* (3<sup>rd</sup>), New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Monks, F.J. Knoers, A. M. P., Haditono, S.R., (2004). *Psikologi Perkembangan : Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

- Oktaviana E., dan Sumaryono, (2009). “Perbedaan Antara Strategi Periklanan Afektif Dan Strategi Periklanan Rasional Terhadap Minat Membeli Konsumen”.  
[http://psychology.uui.ac.id/images/stories/jadwal\\_kuliah/naskah-publikasi-01320255.pdf](http://psychology.uui.ac.id/images/stories/jadwal_kuliah/naskah-publikasi-01320255.pdf).
- Poerwadarminta, WJS. 2003. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Purnama L., (2001). *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat J., (2007). *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rumini S, Sundari S. (2004). *Perkembangan Anak dan Remaja: Buku Pegangan. Kuliah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Santrock J.W. (2003). *Adolescence. Perkembangan Remaja. Edisi Keenam*. Alih Bahasa: Shinto B. Adelar dan Sherly Saragih. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Alih Bahasa Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Jakarta : Prentice Hall.
- Shapiro, Stewart. H. Shanker Krishnan, 2001, “Memory Based Measures for Assessing Advertising Effect: A Comparison of Explicit and Implicit Memory effect”, *Journal of Advertising*, Vol. XXX Number 3. Fall 2001
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sodik, A. (2003). *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*. Terjemahan Nunuk Andriani. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Subroto D.S., (2004). *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sugihartono, Famiyah K.N., Harahap F., Setiawati, F.A., Nurhayati, S.R., (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Uny Press.
- Sugiono. (2000). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Suharman, (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Sumampaow A., (2009). “Analisis Efektivitas Iklan Televisi Produk Aqua dengan Menggunakan Metode Epic Model dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Manado”. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol 1, No 3 (2013)*. 1-13.

- Super, D.E., Crites H.O., (2003). *Avocational interest patterns: A study in the psychology of a vocations*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Suryabrata S., (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Swasta B. dan Irawan H., (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Till B.D. and Baack D.W. (2005). "Recall and Persuasion". *Journal of Advertising*. Vol 34 No 3. 184-191.
- Toha M. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Vemale. (2012). "5 Manfaat Memakai *Hand & Body Lotion*". <http://www.vemale.com/tags/body-lotion/18306-manfaat-memakai-hand-body-lotion.html>. Dikutip 26 November 2013.
- Waidi. (2006). *The Art of Re-engineering Your Mind for Success*. Jakarta: Gramedia
- Walgito B. (2004). *Pengantar Psikologi umum*. Yogyakarta: Andi offset.
- Wiranugraha. (2010). "Analisis Pengaruh Daya Tarik Produk, Daya Tarik Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Layanan terhadap Minat membeli Notebook ACER (Studi pada peminat notebook di kota Semarang)". *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Yulistiano, M., dan Suryandari R.T. (2003), "Pengukuran *Advertising Response Modelling (ARM)* Iklan Televisi dengan *Endorser* Selebritis dan Non-Selebritis". *Empirika*. Vol 16 No 2.