

## DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A. (1996). Mengukur Kekuatan Merek Antar Produk dan Pasar. JEP IBII.

Altstiel, Tom, Jean, G. (2007). *Advertising strategy: Creative tactics from outside/in*. California: Sage Publication.

Bearden, William, O., Richard, G., Netemeyer, M.F., Mary. (1993). *Handbook of Marketing Scales*. California: Sage Publication Inc.

Clow, Kenneth, E., & Baack, D. (2007). *Integrated advertising, promotion and marketing communications*. New Jersey: Prentice Hall.

Drumond, Helga, 2005, *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Salemba Empat

Durianto, D., Sugiarto, W., Wachidin, A., & Supratikno, H. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Elliot, Richard, Percy, L. (2007). *Strategic brand management*. London: Oxford University Press

Ghozali, Imam, 2006, *Structural Equation Modeling : Metode Alternatif dengan Partial Least Square/PLS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Heruwati, Eni, 2010, *Analisis Pengaruh Daya Tarik Kredibilitas dan Keahlian Selebrity Endorser terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian*, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang

Jogiyanto dan Willy Abdillah, 2009, *Konsep dan Aplikasi PLS untuk penelitian empiris*, BPFE, Yogyakarta

Keller, Kevin, Lane, (2003). *Strategic brand management: Building, measuring and managing brand equity* (2<sup>nd</sup> ed). New Jersey: Prentice Hall

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian* (5<sup>th</sup> ed.). Jakarta: Erlangga.

Lee, M& Carla, J. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.

Marzuki, 2001, *Metodologi Riset*, BPFE UII, Yogyakarta

Mulyana, Deddy, DR., M.A., Ph.D., 2000, “*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*”, PT Remaja Rosdakarya, Bandung

Puspitasari, Intan, 2009, *Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas iklan dalam menumbuhkan brand awareness*, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang

Puspitarini, Sari, *Pengaruh Popularitas Selebritis dan Kepercayaan terhadap Brand Awareness pada Produk Sabun Lux*, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 12

Rangkuti. Freddy, (2002). *The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Royan, Frans, M. 2004. *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Gramedia Computindo Kelompok Gramedia.

Sadat, Andi, M. 2008. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

Saputra, Hendra, 2010, *Pengaruh penggunaan marketing endorser terhadap keputusan pembelian produk ponds*, Jurnal Keuangan dan Bisnis. Vol. 2 No. 3

Sciffman, Leon, G., Kanuk, L.L. (2007). *Consumer Behavior* (6<sup>th</sup> ed). New Jersey: Prentice Hall.

Shimp, Terence, A. 2002. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

Sitinjak, Tony, Tumpal J.R.S. 2005. *Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek*. Manajemen Merek, 12(2).

Sobur, Alex, Drs., M.Si., 2003, “*Semiotika Komunikasi*”, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Suciningtyas, Wulan, 2012, *Pengaruh brand awareness, brand image dan media communication terhadap keputusan pembelian*, Management Analysis Journal 1

Sugiyono. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Alfa Beta.

Sutisna, SE.ME., 2003, "*Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*", PT Remaja Rosdakarya, Bandung

Swasta, Basu., Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Ofset, Yogyakarta

Umar, Husien, 2005, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Wijaya, Andi (2007). Asosiasi Merek Pada Suatu Produk: Studi Kasus Handphone Merek ABC. *Jurnal Manajemen*, XI(2).