

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1996). Mengukur Kekuatan Merek Antar Produk dan Pasar. JEP IBII.
- Astiyanti, Gita Aprillia, *Pengaruh daya tarik iklan, kreativitas iklan dan kredibilitas endorser terhadap efektivitas iklan dan minat beli pada minuman serbuk buah merek Nutrisasi*, 2014, Jurnal Ekonomis Bisnis, Vol 2 No. 3
- Altstiel, Tom, Jean, G. 2007. *Advertising strategy: Creative tactics from outside/in*. California: Sage Publication.
- Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 2009, *Statistik Induktif*, Penerbit : BPF, Yogyakarta
- Durianto, D., Sugiarto, W., Wachidin, A., & Supratikno, H. 2009. *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, 2011, *Structural Equation Modeling : Metode Alternatif dengan Partial Least Square/PLS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hapsari, S. 2005. *Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Lux. (Studi Pada Konsumen di Sekitar Wilayah UPN Veteran Yogyakarta)*. Telaah Bisnis. Vol. 5, No. 2. Yogyakarta
- 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*, BPF, Yogyakarta
- Kasali, Rhenald, 2009, "Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia", Pustaka Grafiti, Jakarta
- Kotler, Philip. 2008 Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid 1*. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta

- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. edisi Keduabelas*. Erlangga. Jakarta
- Lee, M& Carla, J. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Mulyana, Deddy, 2008, "*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*", PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nurchahyo, Andromedha Wisnu, 2013, *Analisis faktor-faktor efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik Yamaha*. Jurnal Manajemen, Vol 1. No. 3
- Puspitasari, Intan, 2009, *Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas iklan dalam menumbuhkan brand awareness*, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang
- Puspitarini, Sari, 2008 *Pengaruh Popularitas Selebritis dan Kepercayaan terhadap Brand Awareness pada Produk Sabun Lux*, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 12
- Rangkuti. Freddy, 2012. *The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, Frans, M. 2009. *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Gramedia Compuindo 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* (6th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Shimp, Terence, A. 2003. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

- 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., 2013, “*Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*”, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Swasta, Basu., Irawan. 2012. *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, 2012, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- West, K. & Caruana. 2008. ‘Pactitioner and Customer Views of Advertising Creativity’, *Journal of Advertising* , Vol. 37 No.4, Pg. 35-45
- Widowati, Theresia Intan, 2015, *Pengaruh kreativitas iklan, kualitas pesan iklan dan daya trik iklan terhadap sikap pada merek melalui efektivitas iklan*. Jurnal manajemen bisnis. Vol I No. 2