

Daftar Pustaka

Augusty, Ferdinand.2006. **Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen**. Semarang. BP Undip

Bendixen, Mike T., 1993, “Advertising Effects and Effectiveness”, **European Journal of Marketing, Vol 27 No.10**

David A, Aaker. 1997. **Manajemen Ekuitas Merek**. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.

Durianto,Darmadi, Sugiarto, Tony Sitinjak, 2001,**Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Driya Wiryawan, Anisa Pratiwi. 2009. “Analisis Pengaruh Selebriti Endorser Terhadap Brand Image Pad Iklan Produk Kartu Prabayar XL bebas Di Bandar Lampung”, **Jurnal Ilmiah Berkala Empat Bulanan**, ISSN 1411 - 9366 Volume 5 No.3, Mei 2009

Effendy. 2002. **Ilmu Komunikasi dan Praktek. Bandung** : PT. Remaja Rosdakarya

Faris Adrianto. 2010. “Analisis Pengaruh Kemenarikan Pesan Iklan dan Kredibilitas Selebriti Endorser terhadap Brand Awareness untuk Meningkatkan Brand Atitude Motor Merek Yamaha.”

Fandy, Tjiptono. 2004. **Manajemen Jasa**. Yogyakarta : Andi

Fandy Tjiptono, 1997, **Strategi Pemasara**, Andy ,Yogyakarta

Intan, Puspitasari. 2009. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dalam Menumbuhkan *Brand wareness*".

Imam, Ghozali. 2001. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. BP Undip

Jefkins, Frank, 1995, **Periklanan edisi Ketiga**, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kussudyarsana, 2004,"Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan", **Benefit Vol.8 No.2**, Desember, UMS Surakarta.

Mulyana, Deddy. 2000, **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Makmun ,Riyanto. 2008. "*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*".

Percy,Larry, John R Rositter,1992, "A Model of Brand Awareness and Brand Attitude"

Intan, Puspitasari. 2009. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dalam Menumbuhkan *Brand wareness*".

Philip, Kotler. 2005, **Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2**, PT Indeks, Jakarta.

Rhenald ,Kasali.1995, **Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia**, Pustaka Grafiti, Jakarta

Shimp, Terence A., 2000, **Periklanan Promosi Jilid I**, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Situmorang, J. R. 2008. “Mengapa Harus Iklan?” **Jurnal Administrasi Bisnis**, Vol. 4, No. 1, pp.188-200

Sugiono. 2004. **Manajemen Pemasaran Modern**. Bandung: Alfabeta.

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

Sobur, Alex. 2003, **Semiotika Komunikasi**, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta

Swastha, Basu dan Irawan. 1997. **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Liberty

Wahyu Arifanto. 2010. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Di Televisi”.

Yulistiano, Muhammad, Retno Tanding Suryandari, 2003, “*Pengukuran Advertising Response Modelling (ARM) Iklan Televisi Dengan Endorser Selebritis dan non Selebritis*”. **Emperika**, Vol.16 no 2 Desember, UNS Surakarta.

<http://topbrand-award.com>

<http://nasional.jurnas.com>