

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta : Spektrum.
- Belch, George E dan Michael A. Belch. 2003. *Advertising and promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. International Edition. New York : McGraw-Hill.
- Chaudhuri, A. 1999. *The Effect of Brand Attitude and Brand Loyalty on Brand Performance. European Advances in Consumer Research, Vol.4*
- Durianto, Darmadi dan Cecilia, Liana. 2004. *Analisis Efektifitas Iklan Televisi "Softener Soft and Fresh" di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol.11,No.1 Maret
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton Wachidin W., dan Hendrawan Supratikno. 2003. *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Budiman, Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eka, Rita dan AR Saliman. 2001. *Periklanan Yang Efektif*. Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol.8 no.2, Juli.
- Elyasa, Hafiedz. 2011. *Analisis Pengaruh Kemenarikan Pesan Iklan dan Kredibilitas Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness untuk Meningkatkan Brand Attitude Pasta Gigi Merek Pepsodent*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang : BP Undip.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2001. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang : BP Undip.
- , 2007. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang : BP Undip.

- Hagijanto, Andrian D. 2000. *Trilogi Iklan Pasta Gigi Pepsodent Sebuah Citraan Konflik Sebagai Pembangkit Brand Aware pada Iklan TV*. Nirmana, Vol.2, No.2, 73-83, Juli
- Howard, John A. 1994. *Consumer Behavior in Marketing Strategy*. Prentice-Hall International inc.
- Hoyer, D. Wayne dan Steven P. Brown. 1990. *Effect of Brand Awareness on Choice for a Common, Repeat-Purchase Product*. Journal of Consumer Research, Vol.17, September
- Indriarto, Fidelis. 2006. *Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 5, No.3
- Jefkins, Frank. 1997. *Advertising*. Edisi ketiga Indonesia. Jakarta : Erlangga.
- Jin, Hyun Seung, Jaebeom Suh, and D. Todd Donovan. 2008. *Salient Effect Of Publicity In Advertised Brand Recall And Recognition*. Journal of Advertising, Vol. 37, No. 1
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Grafiti.
- Keller, K.L. 1993. *Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity*. Journal of Marketing, 57(1).
- 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 2nd ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kertajaya, Hermawan. 1996. *Marketing Plus 2000 : siasat memenangkan persaingan pasar Global*. Jakarta : Gramedia.
- Killa, Maklon Felipus. 2008. *Pengaruh Pembelanjaan Periklanan dan Promosi Harga pada Ekuitas Merek*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol.23 No.4 Hal 416-430
- Kiswati, Sri. 2010. *Studi tentang Sikap Konsumen atas Merek Tolak Angin*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1994. Edisi 5, Jilid 1. *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta : Midas Surya Grafindo.
- 2001. *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo.

- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Edisi 9 jilid 2. Jakarta : Prentice Hall Inc.
- 1998. *Marketing*. Edisi 4. Sydney : Prantice-hall Australia Pt Ltd.
- 2000. *Marketing Management*. The Millennium Edition. Prantice-hall International.
- 2003. *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey: Pearson Education Inc.
- 2005. *According to Kotler*. Jakarta : Bhuana Ilmu Populer.
- 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas Jilid 2. Jakarta : PT Indeks,
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2006. *Marketing Management*. 12th edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Kurniawati, Dyah. 2009. *Studi Tentang Sikap Terhadap merek dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang*. Universitas Dipongoro Semarang.
- Kussudyarsana. 2004. *Fenomena Selebritas sebagai Model Iklan dari sudut pandang Sumber Pesan*, Benefit, Vol. 8 No. 2 , Desember, UMS Surakarta.
- Kussujaniatun, Sri. 2007. *Analisis Pengaruh Dead Endorser Terhadap Brand Personality Pada Iklan Kompas Di Televisi*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol. 14 No.1, Maret.
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair, dan Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- McGuire, W.J. 1986. *The Vicissitudes of Attitudes and Similar Representational Constructs in Twentieth Century Psychology*. European Journal of Social Psychology. Vol.6
- Mittal, Banwari. 1994. *Public Assessment of TV Advertising ; Faint Praise and Harsh Criticism*. Jurnal of Advertising Reseach. Januari-Februari, Vol. 34
- Muharam, Ashari Satrio. 2011. *Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Octaviasari, Sherly. 2011. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Efek Komunitas terhadap Kesadaran Merek dan Sikap terhadap Merek Kartu Mentari di Semarang*. Universitas Diponegoro Semarang.

- Percy, Larry dan John R. Rossiter. 1987. *Advertising and Promotion Management*. New York: Mcgraw Hill Inc.
- 1992. *Advertising and Promotion Management*. New York: Mcgraw Hill Inc.
- 1992. *A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies*. *Psychology & Marketing*, Vol. 9, No. 4, pp. 263-274
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. McGraw-hill international edition.
- 2000. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. Jakarta: Erlangga.
- Puspitasari, Intan. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dalam Menumbuhkan Brand Awareness*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ridwansyah, Iwan. 2002. *Pengaruh iklan terhadap brand awareness A Mild studi kasus pada mahasiswa FE-Utama angkatan 2001*. FOKUS jurnal akuntansi dan manajemen fakultas ekonomi Vol.3 no.4 mei Universitas Widyatama.
- Riyanto, Makmun. 2008. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Royan, Frans M. 2005. *Marketing Celebrities*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. 2003. *Statistik Deskriptif : Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta : Andy.
- Schifman dan kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Prentice-Hall.
- Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cetakan V. Jakarta: Erlangga.
- 2003. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga. Jakarta.
- Shapiro, Stewart H. dan Shanker Krishnan. 2001. *Memory Based Measures for Assessing Advertising Effect: A Comparison of Explicit and Implicit Memosy effect*. *Journal of Advertising* Vol.XXX Number 3.

- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeto.
- Supranto, Johannes. 1997. *Metodologi Penelitian : Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- SWA 16/XXV/27 Juli-5 Agustus 2009
- SWA 15/XXVI/15-28 Juli 2010
- SWA 15/XXVII/18-27 Juli 2011
- Swastha, Basu. 1999. *Theory of Planeed Behaviour dalam penelitian Sikap, Niat, dan Prilaku*. KELOLA, Vol.7, No.18, UGM Yogyakarta.
- Temporal, Paul & KC Lee. 2001. *Hi-Tech Hi-Touch Branding : Creating Brand Power in the Age of Technology*. John Wiley & Sons Pte Ltd.
- Till, Brian D. and Daniel W. Back. 2005. *Recall and Persuasion*. Journal of Advertising, Vol. 34, No. 3,
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andy.
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Wulandari. 2009. *Analisis Pengaruh kreatifitas Iklan dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektifitas Iklan Serta Implikasinya pada sikap terhadap Merek*. Universitas Diponegoro Semarang.
- www.lifebuoy.co.id
- www.unilever.co.id
- Yulistiono, Muhammad dan Retno Tanding Suryandari. 2003. *Pengukuran Avertising Response Modelling (ARM) Iklan Televisi Dengan Endorser Selebritis dan Non Selebritis*. Empirika, Vol .16 no.2 Desember, UNS Surakarta.