

## DAFTAR PUSTAKA

- Batra, Rajeev and Pamela Miles Homer. 2004. "The Situational Impact of Brand Image Belief," *Journal of Consumer Psychology*, 14(3) p. 318-330
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen jilid 1*. Edisi keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strtegic*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 21.0*. Edisi Empat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J.F. et al. 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey. Prentice-Hall
- Indriani, Farida dan Dini Hendiarti. 2009. "Studi Mengenai Efektivitas Iklan terhadap Citra Merek Maskapai Garuda Indonesia," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. VIII, No. 1 h. 83-106
- Kinnear, Thomas C., dan Taylor, Jaames R., 1998. *Riset Pemasaran*. Edisi tiga. Jakarta: Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. 1993. "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity," *Journal of Marketing*, 57 (1), pp. 1-22
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ketujuh. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip - prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi Delapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran II Analisis, Perencnaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Enam. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Insight From A to Z*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks.

- Kotler, Philip dan Keven L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Saverius Dwi. 2012.” Analisis Pengaruh Brand Loyalty, Brand Image, Iklan dan Perceived Quality terhadap Minat Beli Konsumen XL Prabayar di Kota Surabaya,” *Jurnal Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*, Vol 1 No. 1 n.p.
- Kussudyarsana, 2004, “Fenomena Selebritas sebagai Model Iklan dari Sudut Pandang Sumber Pesan”. *Benefit*, Vol. 8 No. 2 h. 151-159.
- Lamb, Charles. Hair, Joseph F. dan Mc Daniel, Carl. 2001. *Pemasaran Jilid 2*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Legasari, Vioneta Eka, Sri Indarti dan Sri Restuti. 2013. “Pengaruh Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan dan Kredibilitas Endorser terhadap Efektivitas Iklan dan Sikap Konsumen pada Sabun Pemutih Wajah Merek Oil Of Olay Di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21 No. 3 h. 1-15
- Majalah SWA, 2011, “Indonesia Best Brand Award 2011”, 15/XXVII/18-27 JULI 2011
- Majalah SWA, 2012, “Indonesia Best Brand Award 2012”, 20/XXVIII/20 SEPTEMBER–03 OKTOBER 2012
- Majalah SWA, 2013, “Indonesia Best Brand Award 2013”, 19/XXIX/12–25 SEPTEMBER 2013
- Majalah SWA, 2014, “Indonesia Best Brand Award 2014”, *Majalah SWA*, 19/XXX 11-24 SEPTEMBER 2014
- Mowen, John C., dan Minor M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Pranata, Ardhan dan Arum Darmawati. 2013. “Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli yang dimediasi Efektivitas Iklan (Studi Pada Minuman Isotonic Merk Mizone di Kota Yogyakarta),” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 2, Edisi V, n.p.
- Riyanto, Makmum. 2008. “Studi Mengenai Efektivitas Iklan,” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol VII, No. 2, h. 125 – 150
- Royan, Frans M., 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

- Sangadji, Etta Mamang, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta
- Sasetyo, Septa Adi., Hussein Nawawi, dan Roy Rondonuwu. 2012. “Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent,” *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol 1, No.1, h. 1-19
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. 2000. *Consumer Behavior*, 8th. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Shimp, Terrance A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tabahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi kelima, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Soeratno, Licolin Arsyad. 2008. *Metodelogi Penelitian*. Edisi kelima. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Steenkamp, Jan-Benedict E.M., Vincent R. Nijs, Dominique M. Hanssens, and Marnik G. Dekimpe. 2005. “Competitive Reactions to Advertising and Promotion Attacks,” *Marketing Science*. Vol. 24 No. 1 pp. 35-54
- Sufa, Faella dan Bambang Munas. 2012. “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang)”, *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 1 No. 1 h. 226-233
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Ikatan Penerbit Indonesia.
- Swastha, Basu. 2009. *Azas-azas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty.
- Yosetini dan Eva Sheilla Rahma. 2007. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. VI No. 3 h. 261-276

<http://en.wikipedia.org/wiki/Pantene>

<http://www.panteneindonesia.co.id/hair-care-products/Shampoo.aspx>