

Daftar Pustaka

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a brand name*. New York : The free Press.
- Basu Swastha. 1996. *Azas-Azas Marketing*, Edisi 3. Liberty: Yogyakarta
- Belch, George E dan Michael A. Belch. 2003. *Advertising and Promotion : An Intergrated Marketing Communication Perspective*. International Edition. New York : McGraw-Hill.
- Purwanto, Djoko. 2011. *Komunikasi Bisnis*, Edisi 4. Erlangga : Surakarta
- Elyasa, Hafiedz. 2011. “*Analisis Pengaruh Kemenarikan Pesan Iklan dan Kredibilitas Celebrity Endoser terhadap Brand Awareness untuk Meningkatkan Brand Attitude Pasta Gigi Merek Pepsodent*”. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2006. “*Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Howard, Jonh A. 1994. *Cosumer Behavior in Marketing Strategy*. Prentice-Hall International inc.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasali, Rhenald. 1992. “*Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*”. Jakarta : Grafiti.
- 1995. “*Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*”. Jakarta : Grafiti.

- Kussyudyarsana. 2004. "*Fenomena selebritas sebagai model iklan dari sudut pandang sumber pesan*". Benefit Vol.8 No.2. Desember. UMS Surakarta.
- Kotler, Philip. 1997. "*Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*". Edisi 9 jilid 2. Jakarta : Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. 1998. "*Marketing*". Edisi 4. Sydney : Prantice-hall Australia Pt Ltd.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2001. "*Principles of Marketing*". Pearson International Edition.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2011. "*Manajemen Pemasaran*". Edisi 13 jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2003. "*Marketing Management*". 11th ed. New Jersey: Person Education Inc.
- Lin. N.H and Lin. B.S. 2007. "*The effect Of brand image and product knowledge on purchase intention moderated by price discount*". Journal of international management studies.
- Machfoedz, Mahmud, 2010. "*Komunikasi Pemasaran Modern*". Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Mittal, Banwari. 1994. "*Public Assessment of TV Advertising ; Faint Praise and Harsh Criticism*". Jurnal of Advertising Research. Januari-Februari, Vol. 34
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 1999. "*Consumer Behavior and Marketing Strategy*". International edition. McGraw-hill

- Riyanto, Makmun. 2008. “*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek (Studi Kasus pada Iklan Ponds di Kota Semarang)*”. Tesis Magister Manajemen : Universitas Diponegoro Semarang.
- Royan, Frans M. 2005. “*Marketing Celebrities*”. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sadat, Andi. M. 2009. “*Brand Belief (Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan)*” . Jakarta : Salemba Empat.
- Santoso, Singgih. 2003. *Statistik Deskriptif : Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta : Andy.
- Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sexiowati, Novie. 2012. “*Efektivitas Media Komunikasi Pemasaran Perbankan Syariah di Kota Semarang*”. Jurnal Admisi dan Bisnis. Juli, Vol 14
- Shimp, Terence A. 2000. “*Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*”. Cetakan V. Jakarta: Erlangga.
- 2003. “*Periklanan dan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*”. Cetakan V. Jakarta : Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*, Gramedia Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2000. *Metodologi Penelitian Bisnis* : Alfabeta.
- 2001. *Metodologi Penelitian Bisnis* : Alfabeta.

Sutisna. 2001. "*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Perusahaan*". Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

..... 2003. "*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (Consumer Behavior and Marketing Communication)*". Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.

Shapiro, Stewart H. Dan Shanker Krishnan. 2001. "*Memory Based Measures for Assessing Advertising Effect : A Comparison of Explicit and Implicit Memory Effect*". Journal of Advertising, Vol.XXX Number 3.

Simamora, Bilson. 2003. "*Aura Merek*". Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Soliha, Euis dan Zulfa, Naila. 2009. "*The Difference In Consumer Risk Perception Between Celebrity Endoser and Expert Endoser In College Advertisement*". Journal of Indonesia Economy and Business, Vol. 24, No. 1, h. 100-114

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.

Jefkins, Frank. 1997. "*Advertising. Edisi ketiga Indonesia*". Jakarta : Erlangga.

Puspitasari, Intan. 2009. "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan dalam menumbuhkan Bran Awareness*". Universitas Diponegoro Semarang.

<http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2250977-pengertian-inovasi>
diunduh pada 27 Januari 2014

SWA 09 /XVII/Mei 2004/hal 43

SWA 09 / XVII /Mei 2001/hal 36

SWA 15 /XXVII/18-27 JULI 2011

SWA 21 /XXVII/3-12 OKTOBER 2011

SWA 24 /XXVII/8-21 NOVEMBER 2012

MIX edisi 03/X/2013