

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1996. **Manajemen Ekuitas Merek**, Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- A.B . Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. **Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya**. Jakarta : PT Mizan Publika Jakarta.
- Agusli, Devonalita dan Yohanes Sondang Kunto., 2013. “Analisa pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap minat beli konsumen Midtown Hotel Surabaya,” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. **1** (2).
- Astiyanti, Gita Aprilia. 2015. “Pengaruh daya tarik iklan, kreativitas Iklan dan kredibilitas *endorser* terhadap efektivitas iklan dan minat beli pada minuman serbuk buah merek Nutrisari (Studi Pada Masyarakat Di KotaMalang)”.*Jurnal Bisnis dan Manajemen, Universitas Brawijaya Malang*.
- Belch, George E., dan Michael A. Belch. *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*, sixth edition. New York: McGraw Hill/Irwin,2004.
- Darmadi Durianto, Liana Cecilia. 2004. “Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan sekitarnya Menggunakan Consumer Decision Model” *jurnal ekonomi perusahaan* : Vol **11** (1).
- Dharmasita dan B. Swastha. 2008. **Manajemen Pemasaran Modern (ed ke-2)**. Liberty, Yogyakarta.
- Eka, Rita dan A.R. Saliman, 2001. “Periklanan yang Efektif”, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Juli.
- Encarta 2004 Reference Library. CD-ROM. Microsoft, 2003
- Faela Sufa & Bambang Munas, 2012. “Analisis pengaruh daya tarik iklan, kualitas pesan iklan, frekuensi penayangan iklan terhadap efektivitas iklan televisi Mie Sedap, Diponegoro *Journal Of Management*”. Vol **1** (1) : 226-233.
- Ferdinand, Augusty, 2002. **Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ferdinand, Augusty. 2006. **Metodologi Penelitian Manajemen. Edisi 2.** Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Ghozali, Imam. 2008. **Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS Versi 5.0.**, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima.)** Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoyo,Sapto. 2004. "Pengaruh kreativitas iklan terhadap loyalitas konsumen,Telaah Bisnis, Vol.5 (2). UPN veteran Yogyakarta".
- Hasson, Bruno, 2008. **Fashion Branding.** Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Iriani Nur Ida. 2011. Pengaruh Dimensi Brand Equity (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 9.
- Irwanti, Ika, 2013. Analisis Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pond's Di Kota Surabaya, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya*, Volume 2 (4).
- Kasali, Rhenald. (2007). **Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning.** PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Keller, K. L. 2001. *Strategic Brand Management: Building, measuring, and managing brand equity.* New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, 2005, **Dasar-dasar Pemasaran Edisi Ke-9.** Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. **Prinsip-prinsip Marketing.** Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. **Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas, Jilid 2,** dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kusudyarsana, 2004. Analisis Iklan dari sudut pandang Sumber Pesan, Benefit, Vol. 8 (2). Desember, UMS Surakarta.
- Legasari Vionita., Eka, Sri Indarti, Sri Restuti, (2013). "Pengaruh daya tarik iklan, kreatifitas iklan dan kredibilitas endorser terhadap efektifitas iklan dan sikap konsumen pada sabun pemutih wajah merek OIL OF OLAY di kota Pekanbaru."

- Mehta, Abhilasha. 1994. "How Advertising Respon Modeling (ARM) can Increase Ads Effectiveness," *Journal of Marketing Research*, May/June, pp. 62-74.
- Ni Muni Pracista dan Gede Bayu Rahanatha. 2014. "Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek (Brand Equity) Dari Produk Sampo L'oreal Pada Konsumen Wanita (Studi Kasus Di Kota Denpasar). Vol 3 (7). Universitas Udayana."
- Nur Ida Iriani. 2011. "Pengaruh Dimensi Brand Equity (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang." *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 9 (2) : 481.
- Pranata, Ardhan dan Darmawati, Arum. 2013. "Pengaruh kreativitas iklan terhadap minat beli yang dimediasi efektivitas iklan (Studi pada minuman isotonic merek mizone di kota Yogyakarta)".
- Riyanto, Makmum. 2008. **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Terhadap Sikap Atas Merek Pond di Kota Semarang**. Tesis. PPs-UNDIP.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. PT Elex Media Komputindo , Jakarta.
- Rudolf E, F and Langner T (2004). *Are Brands Forever? How Brand Knowledge and Relationships Affect Current and Future Purchase*. *Journal of Product and Brand Management*. Vol. 15 (2). Hal. 98-105.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie L. 2008. **Perilaku Konsumen**. Jakarta :PT Indeks
- Setiadi, N. 2003. **Perilaku Konsumen**, Prenada Media Group, Jakarta.
- Shimp, Terrence A. 2007. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion 7 edition*. Ohio : Thompson (Alih Bahasa Revyani Syahrial dan Dyah Ahira Sari).
- Soebijanto, Fendy dan Kunto, S.Y. 2013. "Analisa efektifitas program promosi Top Gondola Kopi Kapal Api ditinjau dari peningkatan ekuitas merek dan minat beli (Studi Kasus Di PT Fastrata Buana Surabaya)". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2013.
- Sugiyono. 2008. **Statistika untuk Penelitian**. Alfa Beta, Bandung.

- Suherman, Pratama. 2011. “Analisis pengaruh efektifitas iklan internet dan kelompok referensi terhadap persepsi kualitas dan dampaknya terhadap niat beli produk blackberry”. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sutisna. 2003. **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Sutherland, Max dan Sylvester, Alice. 2004. *Advertising and the mind of the consumer*. Jakarta: PPM
- Yoestini dan Eva S. 2007. (2007). “Analisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli dan dampaknya pada keputusan pembelian”. *Jurnal sains Pemasaran Indonesia*. Vol. **VI** (3) : 261-276.
- Yulistiano, Muhammad dan Retno Tanding Suryandari. 2003. “Pengukuran Advertising Response Modelling (ARM) iklan televisi Dengan Endorser Selebritis dan Non Selebritis.” *Empirika*, Vol **16** (2). 2 Desember 2003, UNS Surakarta.
- Wiryanawan, Driya dan Pratiwi, Anisa. (2009). “Analisis Pengaruh Selebriti Endorser Terhadap Brand Image Pada Iklan Produk kartu Prabayar XL Bebas di Bandar Lampung”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, **5** (4-32).

INTERNET :

- <http://topbrand-award.com> diakses pada bulan Oktober 2015
- www.merdeka.com diakses pada bulan Oktober 2015
- www.unilever.co.id diakses pada bulan Oktober 2015
- www.swa.co.id diakses pada bulan November 2015
- www.id.housoflux.com diakses pada bulan November & Desember 2015

MAJALAH :

- SWA 20/XXVII/SEPTEMBER - OKTOBER 2012
- SWA 19/XXIX/20 SEPTEMBER–OKTOBER 2013
- SWA 19/XXX 11-24 SEPTEMBER 2014