

DAFTAR PUSTAKA

- Adyatma, Arifin. (2012). *Analisis Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Makassar*. Program Sarjana. Universitas Hasanuddin.
- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.
- Alfianasari, Junidah. (2010). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Im3*. Program Sarjana. Universitas Hasanuddin.
- Assael. (2002). *Consumer Behavior, Edisi Bahasa Indonesia*, New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Caples, Jhon. (1997). *Tested Advertising Method. Fifth Edition*. Prentice Hall.
- Cooper, D.R & P.S. Schindler. (2001). *Business Research Methods*, 7th Edition. McGraw-Hill Companies, Inc: New York.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, Anton. W. Widajaj, Hendrawan.S. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Djayakusuma, Tams. (1982). *Periklanan*. Armico, Bandung.
- Erick, D, Sumarno. (2011). *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Honda Terhadap Keputusan Pembeli Sepeda Motor Scoopy*. Program Sarjana. Universitas Andalas Padang.
- Fandy, Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran, Cetakan Pertama, Edisi Kedua Penerbit Andi*. Yogyakarta.

- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair et al., (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*, Prentice Hall Inc. New Jersey.
- <http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/11083766.pdf>
- Intan, Puspitasari. (2009). *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dalam Menumbuhkan Brand Awareness*. Program Sarjana. Universitas Diponegoro.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Erlangga. Jakarta.
- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan*, Graffiti: Jakarta.
- Kotler, Phillip. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Mellenium Edition, A division of Simon & Scuster, Inc.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Satu. Terjemahan. PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga, Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Lamb, Hair, McDaniel. (2001). *Pemasaran*. Jilid Kesatu. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- M. Nasir, I. (2007). *Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Palembang*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya.
- Nunnally. (1994). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill. New York.
- Permana, Sandi. (2006). *Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap ABC*. Skripsi Program Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. (2000) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih bahasa Damos Sihombing, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Saladin, Djaslim. (2003) *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: Linda Kary.
- Schiffman & Kanuk, Leslie Lazar. (2004). *Consumer Behavior. Eight Edition. New Jersey Pearson. Prentice Hall*.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 2nd Edition, John Wiley and Son. New York.
- Solomon. (2004). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being. Sixth Edition. New Jersey Pearson. Prentice Hall*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta. Edisi delapan. Bandung.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Edisi kedua. Andi: Yogyakarta.

- Yudi, F.Bram. (2005). *Analisis Efektivitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT Rambang Dengan Menggunakan Metode Epic Model*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol 3 No. 6 Desember 2005.
- Zulfikar, Wimman. (2011). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*. Program Sarjana. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro, Semarang.