

Daftar Pustaka

- Aaker, David. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Freepress.
- Aaker, David. (1997). *Managing Brand Equity*. New York: The Freepress.
- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati: South-Weatern College Publishing.
- Cooper, D.R & Schindler, P.S. (2001). *Business Research Methods, 7th Edition*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Durianto, Darmadi. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Budiman, Lie Joko. (2004) . *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Erick Gerald. Analisis Pengaruh Iklan Televisi Menggunakan Background Musik Terhadap Brand Awareness dan Intention to Buy. Yogyakarta : Skripsi UGM, 1994.
- Fachriz, Achmad. (2010). *Pengaruh Iklan Telvisi Coca-Cola Versi “Buka Coca-Cola Buka Semangat Baru” Terhadap Brand Awareness Konsumen*. Program Sarjana. Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Gohzali, Imam. (2001). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, edisi tiga, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair et al., (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*, Prentice Hall Inc. New Jersey.
- Husni, Ahmad. Rifqy. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Attitude Handphone Merek Nokia*. Program Sarjana. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jogiyanto. (2010). *Metodelogi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE, Edisi Pertama.
- Kotler, Philip & Armstrong, G (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid satu, edisi kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, jilid 2. Jakarta: PT Indeks kelompok gramedia.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, jilid 2 edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lingga, Purnama. (2002). *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nunnally, 1967, *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New York.
- Permana, Sandi. (2006). *Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Kecap ABC*. Program Sarjana. Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka. Yogyakarta.

- Rhenald, Kasali. (1999). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Rossiter, John, R. & Percy. (1997). *Advertising and Promotion Management*, Mc Graw-Hill Book Company, United States of Amerika.
- Saladin, Djaslim. (2003). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Sari, Ade. Indah. (2009). *Pengaruh Iklan TV simPATI PeDe Terhadap Brand Awareness*. Program Sarjana. Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Setiadi, Nugroho. J. (2008). *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.
- Shimp, Terence. A. (2000). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence. A. (2003). *Advertising Promotion, Supplement Aspect of Integrate Marketing Communication*. Florida: The Dryden Press
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip Pemasaran*. Jilid I, Edisi Terjemahan. Jakarta, Erlangga.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*, edisi delapan, Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sutherland, M & Sylvester, Alice. K. (2004). *Advertising and the Mind of Customer*, Alih Bahasa, Andreas Haryono & Slamet, cet. 1, Ppn. Jakarta

Suwarni. (2009). *Marketing Mix Strategy dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Jurnal Ekonomi bisnis.

Swasta, Basu. (2000). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi,

<http://www.nutricia.co.id/>