

## Daftar Pustaka

- Alma, B. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Barroso, A dan Llobet, G. (2011). *Advertising and Consumer Awareness of New, Differentiated Products*. CEMFI Working Paper No. 1104.
- Case in Management: Indonesian Real Companies
- Clark, Doraszelski, Draganska. (2009). *The Effect of Advertising on Brand Awareness and Perceived Quality*
- Durianto, Sugiarto, Budiman. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Griffin, W dan Ronald, E. (2005). *Bisnis*, Edisi Ketujuh. PT. indeks. Jakarta.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 1*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 2*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid 1*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P dan Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.

Morrisan, M. (2010). *Periklanan*. Kencana. Jakarta.

Nielsen Media Research. (2008). *Total Belanja Iklan Walls (2005-2007), Pada Semua Media*. Jakarta.

Pratama, A. (2011). *Pengukuran Efektivitas Iklan Es Krim Wall's Magnum Terhadap Mahasiswa Program Strata-1 IPB Menggunakan Model Persamaan Struktural*. Program Sarjana Alih Jenis Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Ridwansyah, I. (2002). *Pengaruh Iklan Terhadap Brand Awareness A Mild Studi Kasus Pada Mahasiswa FE-Utama Angkatan 2001*. Fokus Jurnal Akuntansi dan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama. Bandung.

Romaniuk et al. (2004). *Brand and Avertising Awareness: A Replication and Extension of a Known Empirical Generalisation*. *Australasian Marketing Journal* 12.

Sadat, A. (2009). *Brand Belief; Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Salemba Empat. Jakarta.

Suhandang. (2005). *Periklanan: Manajemen, kiat dan strategi*. Nuansa. Bandung.

Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Andi. Yogyakarta.

Sulaeman, G. (2011). *Pengukuran Analisis Model Struktural Dan Analisis Diskriminan Es Krim Wall's Magnum Pada Konsumen Pengguna Social Media*.

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.  
Bogor.

Umbiyar, D. (2011). Pengukuran Efektivitas Iklan Televisi Es Krim Wall's Magnum Terhadap Mahasiswa Program Diploma IPB Menggunakan Mode Persamaan Struktural. Program Sarjana Alih Jenis Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Wells et al. (2007). Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. PT.Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.

<http://202.59.162.82/swamajalah/praktik/details.php?cid=1&id=7529> Diakses pada tanggal 13 Maret 2013.

<http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2012/10/06/sebuah-strategi-marketing-yang-menarik-dari-iklan-es-krim-magnum-gold-499216.html>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2013.

<http://food.detik.com/read/2012/09/14/120218/2018950/294/magnum-gold-es-krim-terbaru-dengan-kemewahan-rasa>. Diakses pada Tanggal 13 Maret 2013.

[http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi\\_30.html](http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html). Diakses pada tanggal 13 Maret 2013.

<http://kontan.realviewusa.com/?iid=56762&startpage=page0000024>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2013.

<http://mix.co.id/headline/pasar-consumer-goods-indonesia-masih-sangat-potensial/>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2013.

<http://swa.co.id/listed-articles/inilah-alasan-walls-magnum-menggarap-pasar-es-krim-dewasa-belakangan>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2013.