

DAFTAR PUSTAKA

- Alifahmi, Drs. Hifni, M.Si. 2005. Sinergi Komunikasi Pemasaran. Edisi pertama. Mizan Pustaka, Jakarta.
- Assael, Henry. 2001. Consumer Behavior and Marketing Action. Sixth edition. Thomson, Singapore.
- Belch, George E., Michael A. Belch. 2004. Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communications Perspective. Mc Graw Hill, Singapore.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hahn, Fred. E., Kenneth G. Mangun. 2002. Beriklan dan Berpromosi Sendiri. Edisi kedua. Grasindo, Jakarta.
- Jefkins, Frank. 1996. Periklanan. Erlangga, Jakarta.
- Keller, Kevin Lane. 2008. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Third edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. 2009. Marketing Management. Thirteenth edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.

- Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Peter, J. Paul., Jerry C. Olson. 2005. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Seventh edition. Mc Graw Hill, Singapore.
- Rosdakarya, Bandung.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Schiffman, Leon G., Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Consumer Behavior*. Eight edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Shimp, Terence A. 2007. *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. Seventh edition. Thomson South Western, USA.
- Suhandang, Kustadi. 2005. *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*. Edisi pertama. Penerbit Nuansa, Bandung.
- Sutherland, Max., Alice K. Sylvester. 2005. *Advertising and the Mind of the Consumer*. Edisi pertama. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sutisna, SE.ME., 2003, “Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran”, PT Remaja
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Andi, Yogyakarta.

Jurnal:

Arfianto, Wahyu. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Pada Media Televisi (Studi pada iklan produk sepeda motor Honda).

Durianto, Darmadi dan Cecilia Liana. 2004. Analisis Efektifitas Iklan Televisi “Softener Soft dan Fresh” di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model.

Elyasa, Hafiedz. 2011. Analisis Pengaruh Kemenarikan Pesan Iklan dan Kredibilitas Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness untuk Meningkatkan Brand Attitude Pasta Gigi Merek Pepsodent (Studi kasus pada mahasiswa S1 FE Universitas Diponegoro Semarang).

Firdausi, Firda. 2002. Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Dan Niat Konsumen Dalam Memutuskan Untuk Membeli Suatu Produk (Studi kasus pada iklan rokok Djarum 76 yang ditayangkan di televisi pada Kabupaten Kudus).

Handoko, Rudolph Setiaji. 2006. Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektifitas Iklan yang Mempengaruhi Sikap Terhadap Merek (Studi kasus iklan televisi pada konsumen sepeda motor Hondi di kota Semarang).

Hariyani, Ria Kurnia. 2000. Pengaruh Iklan Terhadap Sikap dan Niat Beli Konsumen Sabun Mandi Kesehatan Lifebuoy (Studi kasus di Kotamadya Semarang).

- Husni, Achmad Rifqi. 2010. Analisis Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Attitude Handphone Merek Nokia (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Diponegoro).
- Indriani, Farida dan Dini Hendiarti, ST, MM. 2009. Studi Mengenai Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek Maskapai Garuda Indonesia.
- Kiswati, Sri. 2010. Studi Tentang Sikap Konsumen Atas Merek Tolak Angin pada mahasiswa FE Universitas Diponegoro Semarang.
- Kurniawati, Dyah. 2009. Studi Tentang Sikap Terhadap Merek Dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang (Studi kasus pada produk Mi Instan Indomie di Kota Semarang).
- Maer, Bernadette Dian Arini., Bing Bedjo Tanudjaja dan Baskoro Suryo Banindro. 2004. Analisis Efektifitas Iklan-Iklan TV Bertema Local Content di Indonesia.
- Octaviasari, Sherly. 2011. Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Efek Komunitas Terhadap Kesadaran Merek dan Sikap Terhadap Merek Kartu Seluler Prabayar Mentari di Semarang.
- Puspitasari, Intan. 2009. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dalam Menumbuhkan Brand Awareness (Studi Pada Program Periklanan Produk Telkom Flexi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang).

Riyanto, Makmun SE. 2008. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek (Studi kasus pada iklan Ponds di Kota Semarang).

Suwito, Arfian. 2007. Pengaruh Sikap Terhadap Merek Dan Sikap Terhadap Iklan Pada Minat Beli Konsumen.

Web:

<http://www.tempokomunitas.com/?p=29>

<http://freddyrangkuti.wordpress.com/buku-karya-dr-freddy-rangkuti/mengukur-efektivitas-program-promosi/>

<http://baticnews.wordpress.com/2008/05/17/media-di-indonesia-perang-iklan-berita-dan-gaji/>

<http://www.tempo.co/read/news/2005/03/03/05657418/53-Persen-Pemirsa-Nilai-Iklan-Televisi-Membosankan>

[http://indonesiatvguide.blogspot.com/2008/04/memotret-perkembangan-kreativitas-](http://indonesiatvguide.blogspot.com/2008/04/memotret-perkembangan-kreativitas-
dunia.html)

[dunia.html](http://indonesiatvguide.blogspot.com/2008/04/memotret-perkembangan-kreativitas-dunia.html)