

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- A, Shimp Terence. “*Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*”, Edisi V, Erlangga, Jakarta, 2003.
- Hartono, Jogiyanto, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis*, BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Managemen*. Printice Hall Inc. New Jersey
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2004, *Principle Of Marketing Tenth Edition*, New Jersey: Prentice Hall
- Morissan. 2007. *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina Prakarsa. Jakarta
- Mowen, Jhon C Minor. “*Consumer Behaviour*”, Edisi Terjemahan ke 5, Erlangga, Jakarta, 2002.
- Sciffman, G. Leon, Leslie Lazar kanuk. 2004. *Customer Behavior. Eight Edition* Pearson Prentice Hall
- Sunjoyo, Setiawan R, Carolina V, Magdalena N, Kurniawan A. “*Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*”, Alfabeta, Bandung.
- Rangkuti Freddy. 2002. *Creating Effective Marketing Plan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jalakarta
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C, 2000, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih bahasa Damos Sihombing, Penerbit Erlangga, Jakarta

Stefani, S. (2013). ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK BERLABEL HALAL “WARDAH”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Saputri, A. (2013). ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PROVIDER SIMPATI PEDE. Universitas Pembangunan Veteran Jakarta. 2009

<http://www.angelfire.com/id/akademika> ; 2003