



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. Batra, Rajeev dan Myers, John G. 1992. *Advertising Management, 4th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Azhary, Muhammad. 2015. *Pengaruh Iklan Televisi “Tokopedia: Lebih Lengkap, Lebih Murah, Lebih Aman” Terhadap Brand Image PT TOKOPEDIA*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Belch, G. E. & Belch, M. A. 2003. *Advertising and Promotion, An Intergrated Marketing Communication Perspective, 6th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Belch, G. E. & Belch, M. A. 2007. *Advertising and Promotion, An Intergrated Marketing Communication Perspective, 7th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dewi, Septiany Utami. 2009. *Pengaruh Sikap Pada Iklan Cetak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Iklan Cetak Twinings Tea Varian Four Red Fruits di Majalah Cosmopolitan Edisi Januari 2009)*. Depok: Universitas Indonesia.
- Duncan, Tom. 2000. *Effective Public Relations, 8th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Duncan, Tom. 2005. *Principles of Advertising & Integrated Marketing Communication, 2nd Edition*. New York: McGraw Hill.

- Duncan, Tom. 2008. *Principles of Advertising & Integrated Marketing Communication, 2nd Edition*. New York: McGraw Hill.
- Egan, John. 2007. *Marketing Communication*. London: Thomson Learning.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Manajemen, 2nd Edition*. London: Prentice Hall International.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management (Building, Measuring, and Managing Brand Equity)*. England: Pearson Education Global Edition.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 11*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip, dan Armstrong, Gary. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Phillip, dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 11*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, Alih Bahasa Benyamin Molan. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Mawardi, M. Kholid. 2015. *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Pengguna Produk TRESemmé)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Morissan. 2012. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moriarty, Sandra; Nancy Mitchell; William Wells. 2011. *Advertising. Edisi ke 8*. Kencana: Jakarta.
- Neuman, William Lawrence. 2000. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach, 4th Edition*. USA: Allyn & Bacon.
- Neuman, William Lawrence. 2003. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach, 5th Edition*. USA: Allyn & Bacon.
- Neuman, William Lawrence. 2007. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach, 6th Edition*. USA: Allyn & Bacon.
- Nugroho, Yohanes Anton. 2011. *Its Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Sipta Media Creative.
- Primadini, Intan. 2008. *Pengaruh Persepsi Khalayak Mengenai Informasi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Terhadap Pembentukan Citra Merek Melalui Advertorial (Studi Tentang Advertorial "Lifebuoy Berbagi Sehat" di Harian Kompas)*. Depok: Universitas Indonesia.

- Rahmawan, Roby. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu PT Mustika Ratu Tbk. (Studi Deskriptif Sponsorship Pada Event Puteri Indonesia Sebagai Usaha Untuk Membangun Brand Image Dan Meningkatkan Brand Awareness Mustika Ratu Oleh PT Mustika Ratu Tbk.* Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Rossiter, John R dan Percy, Larry. 1987. *Advertising and Promotion Management.* New York : McGraw-Hill.
- Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi.* Jakarta: Erlangga.
- Wells, William, Burnett, dan Moriarty. 1989. *Advertising Principles & Praticce.* Pearson Education Inc.
- Wulan, Annissa. 2016. *Bakmi Mewah, Mi Instan Pertama yang Hadirkan Jamur dan Ayam Asli.* Liputan6.com. Diakses pada 18 April 2016, pukul 21.00 WIB. <http://lifestyle.liputan6.com/read/2423412/bakmi-mewah-mi-instan-pertama-yang-hadirkan-jamur-dan-ayam-asli>

U
M
M
N