

Daftar Pustaka

- Aiwan, T. Y. (2013). Efektivitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan Customer Response Index (CRI) pada Perempuan di Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*, Vol.1 No .2
- Andromedha, N. W. (2013). Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha Di Semarang. Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis
- Arfianto, W. dan SUTOPO, S., 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi Pada Iklan Produk Sepeda Motor Honda) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Bram, Y. F. (2005). Analisis efektivitas iklan sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan percetakan dan penerbitan PT. Rambang dengan menggunakan metode EPIC model. *Jurnal manajemen & bisnis sriwijaya*, Vol. 3 No.6, Hal 1-23.
- Darusman, I., 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apotek Dinda Farma Di Klaten (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Jefkins, Frank , 2006. *Periklanan penerjemah Haris Munandar ed 3* . Jakarta : Erlangga.
- Kartajaya, Herwan, 1998. *Siasat Memenangkan Persaingan Gloal : Marketing Plus 2000*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, Rama, 2015. *Strategi kreatif dalam periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran jilid 1 penerjemah Benyamin Molan ed 11*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip, dan Armsrong, Gary, 1998. *Dasar-dasar Pemasran*. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, philip dan Armsrong, Gary, 1998. *Dasar-dasar 2 penerjemah Alesander Sindoero ed.72*. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane, 2009 . *Manajemen Pemasaran jilid 2 V.2*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, dan Ridho Bramulya 2015 : *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat

Morissan, 2010. Periklanan : *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta :

Kencana.

Setiawan, N. A., dan DIRGANTARA, I. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Televisi "AXIS" Penjual Gorengan" (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Setyawan, A., 2014. Analisis Waktu Penayangan, Pesan Iklan Dan Iklan Telivisi Terhadap Minat Beli Konsumen (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Shimp, Terence , 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi Ed 8* . Jakarta : Selemba Empat

Situmorang, J. R. (2015). Mengapa Harus Iklan?. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2)..

Sufa, F. dan DWIYANTO, B.M., (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Undip Tembalang, Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Sulistiono, A., 2012. Analisis Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Jupiter MX. *Jurnal Ilmiah Kesatuan (JIK)*, Vol. 14 Hal. 1.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran ed. Yogyakarta: 2008*.

Olney, T. J., Holbrook, M. B., & Batra, R. (1991). *Consumer responses to advertising: The effects of ad content, emotions, and attitude toward the ad on viewing time. Journal of consumer research*, Vol. 17 No. 4, Hal 440-453.

Prakoso, D.D. dan Rofiq, A., 2016. Analisis Efektivitas IKLAN PT. TRAVELOKA INDONESIA Di Televisi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya 1 Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 3 Hal. 2.

Widarjono, A. (2009). *Ekonometrika pengantar dan aplikasinya*. Yogyakarta: Ekonisia.

www.indomie.com

www.nielsen.com

www.topbrand-award.com