Daftar Pustaka

Agung, Yuliana, 2003. *101 Konsultasi Praktis Pemasaran*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Alma, Buchari. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.

Andri, Gus. 2012. Strategi Pemasaran Dan Efektivitas Periklanan Dengan Menggunakan Metoda Komunikasi, Empati, Persuasi Dan Dampak Pada Perusahaan PT. Bhineka Lestari LTD. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3, Nomor 2, Mei 2012 ISSN : 2086 - 5031*

Anggraini, F. 2014. Anlisis Pengharuh Iklan Televisi dan Endorser terhadap Purchase Intention Pond's Men dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 2(1), 1-14.*

Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.

Cannon, Perreault dan McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Pendekatan. Manajerial Global Buku 2 Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat.

Durianto, D. 2004. S*trategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ferdinand Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, F. A., & Dharmayanti, D. 2014. Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser terhadap Purchase Itention Pond's Men dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1).*

Hariyana, N. 2016. Pengaruh Media Televisi terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Produk Iklan di Wilayah Eks Karisidenan Besuki Jawa Timur. *Jurnal FEB UNEJ, I.*

Hisyamsyah, A. J.; Sularso, A.; & Suryaningsih, I. B. 2015. Analisis Efektifitas Iklan Online Terhadap Minat Beli Konsumen Murah Grosir. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2015.*

Inews.id. 2018. *Manfaat Digital Marketing di Era Internet*. Tersedia: https://www.inews.id

Kartika, Ayu Satya & A.A Gede Agung Artha Kusuma. 2016. Peran Efektivitas Iklan Dalam Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Pada Iklan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Aqua) Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 176-206 ISSN: 2302-8912*

Kasali, R. 2007. *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kasmir, 2012. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, cetakan kesebelas.

Kasmir. 2012. *Pemasaran* Bank, Revisi ke-10. Jakarta: Prenada Media Group.

Kennedy, Jhon E & R. Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing. Communication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2.* Jakarta : PT Indeks. Kelompok Gramedia.

Lee, Monle dan Johnson Carla. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.

Manzur, E. Uribe, R. Hidalago, P. Olavarrieta, S. and Farias, P, 2011. Comparative Advertising Effectiveness in Latin America: Evidence from Chile. Business School, University of Chile, Santiago, Chile Vol. 29 No. 3 pp. 277-298.

Nielsen Advertising Information Services. 2018. *Pertumbuhan Belanja Iklan 2017 Bergerak Positif Namun Melambat*. https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2018/pertumbuhan-belanja-iklan-2017-bergerak-positif-namun-melambat/

Noviani, Felicia. 2013. Efektivitas Iklan Midtown Hotel Surabaya Di Harian Jawa Pos. *JURNAL E-KOMUNIKASI VOL I. NO.2 TAHUN 2013*

Pujiyanto, 2003, Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. *Nirmana Vol, 5 No. 1 Januari 96-109.*

Purnomo, Eko. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama), *Jurnal Universitas Pasir Pengaraian 2016.*

Rangkuti, Freddy 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Redjeki, Dwi Prawani Sri. 2016. Pengaruh Efektivitas Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Bagi Mahasiswa Stie Semarang. *Fokus Ekonomi Vol. 11 No. 2 Desember 2016 :* 71 - 89

Saladin, Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, Cetakan. Ketiga*, Bandung : Linda Karya

Sharma, P. 2012. Advertising Effectiveness: "Understanding the Value of Creativity in Advertising", a Review Study in India. *Online Journal of Communication and Media Technologies Volume: 2 – No: 3.*

Shimp A. Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

Sihombing, Indra Jaya., 2010, "*Mengemas Bahasa Iklan"*, Suara Merdeka, 3 April 2010, h.1

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sukma, Fahrizal. 2015. Efektivitas Iklan dalam Menumbuhkan Brand Awareness SMA Sampoerna. *Manajemen IKM, September 2015 (1 -) Vol. 10 No. 2 ISSN 2085*- http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/

Sukmana, Luis Nanda. 2017. Pengaruh efektifitas iklan televise. *JURNAL MANAJEMEN Volume 9 (2) 2017, 76-84 Copyright © 2017, Print ISSN: 0285-6911 - Online ISSN: 2528-1518 76 Available online:*http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.

Sunarti, Yulianto, E., & Khusnaeni, N. L. 2017. Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 47(2).*

Sutherland, Max, dan Alice Sylvester. 2007. *Advertising and the mind of the costumer*. Jakarta: PPM.

Trisnanto, Adhy. 2007. *Cerdas Beriklan*. Galangpress, Yogyakarta.

Umar, Husein. 2005, *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo. Persada.

Yoon, SJ and Park J. 2012. Do sensory ad appeals influence brand attitude?. *Department of Business Administration, Kyonggi University, Republic of Korea Vol 65* pp 1534–1542.