

DAFTAR PUSTAKA

- Albari., (2007),”Efektifitas Iklan Televisi Sabun Pembersih Muka di Kota Yogyakarta”, *Kajian Bisnis dan Manajemen*, , Vol. 9 No. 1, Hal. 1 – 21
- Dominanto, N. N., (2008),”Perbedaan Sikap terhadap Iklan, Merk, dan Niat Beli Konsumen pada Iklan Dean Fear Appeal Tinggi dan Rendah pada Partisipan Wanita”, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 2, No. 2, Hal. 67-75
- Efendi, Irawan Budi., (2012),”Analisis Pengaruh Kualitas, Harga dan Merek Pembersih Muka “Garnier” terhadap Kepuasan Konsumen (Sebuah studi Di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta), *Skripsi*, di publikasikan oleh : Universitas Muhammadiyah Surakarta
- <http://digilib.unimus.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jtptunimus-gdl-hanikmufar-7104> di akses pada 19 Juni 2014 pukul 09.45
- Ishak, A., (2008),”Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan terhadap Minat Beli Konsumen”, *Jurnal Siasat Bisni*, Vol 12 No 2, Hal 71-88
- Khasanah, Aulia Uswatun, (2014),”Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Variety Seeking terhadap Brand Switching pada Produk Samrtphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang Melakukan Perpindahan Merek dari Blackberry ke non Blackberry)”, *Skripsi*, di publikasikan oleh : Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Kristina, N., dan Wahyudin, N., (2012),“Pengaruh Persepsi Atribut Produk terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi pada PT. Karya Utama Isuzu Semarang”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, Vol 3 No. 1
- Kurniawan, I., Santoso, S. B., dan Dwiyanto, B. M., (2007), ”Analisi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Produk Sakatonik Di Kota Semarang)”, *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 4 no.2, Hal 20
- Mastro, D. E., and Stren, S. R., (2003)”Representations of Race in Television Commercials : a Contant Analysis of Prime-time Advertising”, *Journal Broadcasting & Electronic Media* Vol. 47 (4), pp.638-647
- Natadjaja, L., (2002),”Pengaruh Iklan untuk Anak Dibandingkan dengan Film Kartun Televisi terhadap Affektif Anak”, *Nirmana*, Vol. 4, No. 1, 73 – 84
- Nurmala., (2008),”Pengaruh Iklan Televisi terhadap Minat Beli Sabun Mandi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh”, *Jurnal Palikasi Manajemen*, ISSN : 1693-5241

- Rahayu, D. D., (2012), “Pengaruh Iklan Dengan Epic Model pada Media Televisi Terhadap Sikap Penonton (Studi Kasus pada Iklan Minuman Isotonik Fatigon Hydro Versi “Macet” Di Kota Pekanbaru”, *Jurnal Sisoal Ekonomi Pembangunan*, No. 6
- Semuel, H., Kosasih, A. V., dan Novia, H., (2007), “Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen melalui Stimulus 50% Discount Di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, VOL. 2 NO. 2, 73-80
- Sufa, F., dan Munas, B., Sufa, F., (2012), “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan terhadap Efektivitas Iklan Mie Sedap”, Vol 1, Hal 226-233
- Ujiyanto, dan Abdurachman, (2004),”Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Di Jawa Timur), *Jurnal manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 1, Hal 34 - 53
- Utama, S., S., Andadari. K. R., dan Marttuty. E. S. H. R., (2009), “Efektivitas Iklan Televisi Partai Gerindra Berdasarkan Metode Customer Response Index (CRI) Di Salatiga”, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol XV No 1, 89-102