DAFTAR PUSTAKA

Arikanto, Suharsimi, 2006, *Produk Penelitian*, Edisi Revisi V, Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Alatas, Fahmi. 1997. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*. Jakarta: Yayasan Pengkajian. Komunikasi Masa Depan.

Anand Keller, Punam and Brian Sternthal. 1990, Value from Regulatory Construal Fit: The Persuasive Impact of Fit between Consumer Goals and Message Concreteness, *Journal of Consumer Research*, 36 (5), 735–47.

Assael, Henry, 1995. *Costumer Behavior And Marketing Action*, Keat Publishing. Company, Boston.

Baker, William E and Lutz, J. Richard. 1988. An Empirical Test of an Updated Relevance Accessibility Model of Advertising Effectiveness. *Journal of Advertising*, Volume XXIX, Number 1.

Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and promotion: an integrated marketing communication perpective.* 8th ed. New York: McGraw-Hill.

Bungin, Burhan, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Prenada Media, Jakarta.

Budiono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Cannon, J. P., W. D. Perault, dan E. J. McCarthy. 2009. Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global. 16 ed. Jakarta: Salemba Empat.

Chattopadhyay, Amitava dan Nedungadi, 1992, Salience Effect in Brand Recall, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXIII (November) p. 363-369

Darwanto, Sastro Subroto. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wahana.

Durianto, Darmadi dan C. Liana. 2004. Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 11, No. 1, pp.35-55

Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan masyarakat: suatu studi komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Eka, Rita dan A.R. Saliman, 2001, Periklanan yang Efektif, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Juli.

Fahmi, Alatas. 1997. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*. Jakarta: Yayasan Pengkajian.

Faela Sufa & Bambang Munas, 2012, Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 1, No 1, Hal 226-233

Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivanate dengan program SPSS*. Edisi ke 2. universitas. Diponegoro.

Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga

Hawkins, D.I., Best, R.J., dan Coney, K.A. 1998. *Consumer Behnuiour*. New York: Mac Graw Hill, lnc, USA.

Indiarto, Fidelis. 2006. Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 5, No. 3, pp. 243-268.

Indriyanti, I. Satya dan J. J. O. I, Ilhalauw. 2002. Pengulangan Pesan Suatu Iklan dalam Proses Pembelajaran Konsumen: Studi Terhadap Iklan Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol.8, No. 1, pp.36-52.

Jalaludin Rakhmat, 2005, *Psikologi Komunikasi edisi Revisi*, Remaja Rosda Karya Bandung

Jefkins, Frank, 2007, *Periklanan edisi Ketiga*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kardes, Frank, R. 2001. *Consumer Behnviour*, New York: Mac Millan Publishing Company.

Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. 6 ed. Jakarta: Erlangga.

Koriat, A., Goldsmith, M., 2000. *Toward: Psychology of memory accuracy*. Annu. Rev. Psychology, 51, 481-537.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Marketing management*. 13th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Mowen, John, C., dan Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta

Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Nursalam. 2008. *Konsep dan penerapan metodologi penelitian keperawatan*. Jakarta.

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.

Rizal dan A. Furinto. 2009. *Marketing Reloaded: Kompilasi Konsep dan Praktik Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2000. *Consumer Behauiour*. Prentice Hall Inc.

Sekaran, Uma, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian., 2006, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: Erlangga.

Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Irnplikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Setiaji, Bambang. 2006. *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.

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

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

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor, Ghalia Indonesia.

Swastha, Basu dan Irawan. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Triyono, Agus. 2012. *Persepsi Masyarat tentang Tayangan Iklan Sampho Clear di Televisi (Studi Studi Kasus pada mahasiswa di Universitas Boyolali, Jawa Tengah)*. Boyolali: Fakultas Komunikasi Universitas Boyolali.

Sumarwan, Ujang., Simanjuntak, Megawati., Yurita. 2012. Persepsi dan Preferensi Iklan Mempengaruhi Niat Beli Anak pada Produk Makanan Ringan. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Agustus 2012, p: 185-195.

Wilkie, William L. 1996. *Consumer Behavior*. New York: Third Edition, Jhon Wiley & Sons Inc.