

Daftar Pustaka

- Boyd, Harper W, Orville C Walker and Jean Claud L. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- 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, pp.1-23
- Cannon, J. P., W. D. Perault, dan E. J. McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. 16 ed. Jakarta: Salemba Empat
- 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
- Faela, Sufa Dan Bambang Munas.2012." Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost Di Sekitar Kampus Undip, Tembalang)". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol 1, No 1, pp 226-233
- Ghojali, Imam.2005. *Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS*. Semarang
- Hartimbul,F.Nembah.2011 *Manajemen Pemasaran*. Bandung, Cv Yrama Widya
- Indriarto, 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. Ihalauw. 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
- Ibrahim, 2009. *Periklanan*. Yogyakarta : Andi
- Jimmy, Satriya. 2010. *Efektifitas Iklan Media Televisi Djarum Super My Great Adventure Menggunakan Epic Model Pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*. Skripsi
- Kotler, Philip. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. PT. Indeks.

Kotler, Philip and Lee, Nancy. 2005. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause* , New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Kotler, Philip. Dan Kevin Lane Keller 2008. *Manajemen Pemasaran*, Ed.13. Jakarta: PT Indeks

——— 2007. *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Terjemahan Oleh Benyamin Molan. PT Indeks.

Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited

——— 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Lamb, Hair 2001 *Pemasaran ed. 1 Jilid 1*. Jakarta : Salemba 4

Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nurrohman, Arief Budi. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Baliho pada Kawasan Simpang Lima Semarang*. Manajemen Pemasaran, Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi

Nugroho, Bayu Dirgantara, 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Televisi AXIS "Penjual Gorengan"*. Skripsi

Priyatno, Duwi, 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Com

Riansyah, 2010. Efektifitas Penggunaan Humor Pada Iklan (Studi Korelasional Mengenai Efektifitas Penggunaan Humor Pada Iklan Kartu As Versi "Sule, Ozo dan Widy di Dalam Kereta Api" Dalam Membentuk Brand Image Produk Di Kalangan Siswa/Siswi SMA Mardi Lestari Medan). *Jurnal manajemen & Bisnis*. Vol 2. No 3 pp 234-267

Rio Setiawan, 2011. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser, Media Iklan Televisi Dan Pesan Iklan Televisi Terhadap Efektivitas Iklan Dan Dampaknya Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Pada Program Periklanan Produk Indosat IM3 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Jakarta)*. Skripsi

Riduwan Dan Kuncoro, Ahmad. 2007. *Engkos Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analisis)*. Jakarta : Alfabeta

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

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. 5 ed. Jakarta: Erlangga

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

———2010b, *Frekuensi, Jumlah Audiens, dan Masa Beriklan*.Suara Merdeka, 8 Mei 2010, h.1

Situmorang, J. R. 2008. “Mengapa Harus Iklan?” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, pp.188-200

Swastha, Basu dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Libert

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta

———2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta

———1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. 2 ed. Yogyakarta: ANDI

Wahyu Afrianto.2010. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi Pada Iklan Produk Sepeda Motor Honda)*”, Universitas Diponegoro. Semarang. Skripsi

Wijayanti.2011. Analisis Efektivitas Iklan Televisi Kartu As Versi Sule (Kasus Pada Mahasiswa Program Strata-1 Institut Pertanian Bogor). *Jurnal ekonomi & Bisnis*, Vol 9. No 3, pp 32-57

Wibowo,S,Ferry dan Karimah, M, Puspita. 2012 Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall).*Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |Vol. 3, No. 1, 2012

[Http://Industri.Kontan.Co.Id](http://Industri.Kontan.Co.Id)

Www.Id.Nielsen.Com

Www.Republika.Co.Id