

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2013). *Manajemen pemasaran strategis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, S. (2014), *Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Febryan, F. (2010). *The Power of selling*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi.3, Semarang: CV. Indoprint.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*, Edisi 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Edisi.8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F.A & Dharmayanti, D. (2014) 'Analisis pengaruh iklan dan *endorser* terhadap purchase intention dengan brand awareness sebagai variabel intervening', *Jurnal manajemen pemasaran Petra*, Vol II. No.1 2014, hlm. 1-14.
- Hasan, A. (2013), *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Edisi.1, Jakarta: Pt.Buku Seru.
- Hemamalini, K.S & Kurup, S.K. (2014). 'Effectiveness of television advertisement on purchase intention', *International journal of innovative research in science, engineering and technology*, Vol.III, Issue 2, February 2014, hlm. 9416-9422.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan, konsep pesan, media, branding, anggaran*, Depok: Kharisma Putra Utama.

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing management*, England: Pearson Education Limited.
- Limakrisna, N. & Susilo, W.H. (2012). *Manajemen pemasaran teori dan aplikasi dalam bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mangkunegara, A.P. (2012). *Perilaku konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Prasetyaningtyas, I. (2014). 'Pengaruh iklan dan kemasan terhadap niat beli yang dimediasi oleh citra merek', *Jurnal ekonomi dan bisnis*, Vol.VIII, No.1, Maret 2014, Hlm. 27-38.
- Sarjono, H. & Julianita, W. (2013), *Spss Vs Lisrel: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T.A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen*, Edisi 2, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori kuisisioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi pemasaran*, Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Susilo, I & Semuel, H. (2015). 'Analisa pengaruh emotional marketing terhadap purchase intention melalui brand awareness pada produk dove personal care di Surabaya', *Jurnal manajemen pemasaran*, Vol.IX, No.1, April 2015, Hlm. 23-34.
- SWA. (2014). Dettol Raih Pangsa Pasar. Diakses 22 Agustus 2017, dari <https://swa.co.id/ceo-interview/ratanjit-das-dettol-raih-pangsa-pasar-10-di-kategori-sabun-batangan>.

Top Brand Award (2015). Diakses 22 Agustus 2017, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1.

Top Brand Award (2016). Diakses 22 Agustus 2017, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1.

Top Brand Award (2016). Diakses 22 Agustus 2017, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1.

Wibowo (2016). *Perilaku dalam organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.

Yudiartika, D. & Haryanto J. O (2012). 'Pengaruh personal selling, display, promosi penjualan terhadap kesadaran merek dan intensi membeli terhadap produk kecantikan pond's', *Buletin Studi Ekonomi*, Vol.XVII. No.2 Agustus 2012, Hlm. 142-156.

Zarlish. S, Tehmeena. H, & Dr. Fareeh. A. (2017). 'The Impact of Brand Awareness on The consumer's Purchase Intention', *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol.33, 2017, Hlm. 34-38.

