

## 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.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F.A & Dharmayanti, D. (2014). 'Analisis pengaruh iklan dan endorser terhadap purchase intention dengan brand awareness sebagaivariabel intervening', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol II. No.1 2014, Hal 1-14.
- Hasan, A. (2013), *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Edisi.1, Jakarta: PT.BUKU SERU.
- 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.
- Laporan Penjualan (2012), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://www.idx.co.id>
- Laporan Penjualan (2013), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://www.idx.co.id>
- Laporan Penjualan (2014), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://www.idx.co.id>
- Limakrisna, N. & Susilo, W.H. (2012). *Manajemen pemasaran teori dan aplikasi dalam bisnis*, Jakarta: MitraWacana Media.
- Lupiyoadi, R. (2013), *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan. (2010). *Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta: Prenada Media Group.

Oentoro, D. (2012), *Manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.

PT.Martina Berto (2014), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://martinaberto.co.id>

Stephanie, E., Rumambi, L.J. & Kunto, Y.S.(2013). ‘Analisa pengaruh rio dewanto dan donita sebagai celebrity endorser terhadap minat beli produk axe anarchy dengan daya tarik iklan dan efek iklan sebagai variabel intervening’, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.I, No.2, Hal.1-9.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Survey Bizteka (2011), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://CCI-Indonesia.com>.

Survey Bizteka (2012), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://CCI-Indonesia.com>.

Survey Bizteka (2013), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://CCI-Indonesia.com>.

Survey Bizteka (2014), Diakses 01 Maret 2017, Dari <http://CCI-Indonesia.com>.

Susilo, I & Samuel, 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.

Usman, H. & Sobari, N. (2013). *Aplikasi teknik multivariate untuk riset pemasaran*, Edisi.1, Jakara: Pt. Rajagrafindo Persada.

Younus, S., Rasheed, F. & Zia, A. (2015). ‘Identifying the factors affecting costomer purchase intention’, *Global Journal Of Management And Business Research: A Administration And Management*, Vol. XV Issue 2.

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, Hal 142-156.