

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Muhammad, 2007. *Daya Traik Iklan dan Pengaruhnya*. Bandung : Griya Asari Utama
- Baskoro, Adhi Pratomo, 2008. *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Jakarta : Pustaka UtamaGrafiti.
- Cellia, Iskandar, 2010. *Hubungan Daya Tarik Menurut Keputusan Pembelian*. Surabaya : Grafindo Jaya.
- Delozier, M. Wayne, *The Marketing Communication Proses*. Tokyo: Mc. Graw Hill Kagakusha, Ltd. 1976.
- Durianto 2004, *Strategi Menaklukan Pasar*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto, Darmadi Sugiarto, Anton, W, Hendrawan, S. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank. 2002. *Periklanan*. Jakarta : PT. Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafiti
- Kotler, P 2005, *Manajemen Pemasaran: Jilid 1 & 2*, PT.Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kriyantono, R 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. 2007. *Periklanan & Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakarsa dan Aplikasi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Pelsmacker, Patrick de. Geuems, Maggie. Bergh, Joeri Van Den. 2004. *Marketing Communications A European Perspective*. London : Prentice Hall.
- Purnama, 2003, 'Pengaruh Iklan Televisi Menggunakan Background Musik Terhadap Recall Audience'. Vol. 6 No. 1.
<http://jurnal.uui.ac.id/index.php/Sinergi/article/view/915>
- Rangkuti, Fready, 2008. *The Power of Branding*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sandy, Rendra, 2006. *Iklan dan Bisnis dalam Eknomi*. Bandung : Griya asari Utama.

- Sari, Dinny Puspita, 2013, '*Pengaruh Celebrity Endorser Ayu Ting Ting Dalam Iklan Televisi Terhadap Brand Image Produk Mie Sarimi*. STIE MDP. Vol. 10. No. 7 <http://eprints.mdp.ac.id/752/jurnal>
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung : PT. Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2005. *Periklanan : Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Nuansa, Bandung.
- Sufa F, 2012, '*Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Mie Seda*', Vol. 1 No. 4. <http://www.ejournals1.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/802>
- Sugiyono 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sulistiawati, M 2009, '*Analisis Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bersoda*' diakses 13 Desember 2015 <http://jurnal.stiekesatuan.ac.id/index.php/jik/article/viewFile/278/303>
- Sulistiono, A 2010, '*Analisis Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Jupiter MX*', Maret, diakses 13 Desember 2015 <http://jurnal.stiekesatuan.ac.id/index.php/jik/article/viewFile/278/303>
- Suyanto, M 2005, *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F 2005, *Brand Management & Startegy*, Andi, Yogyakarta.
- Utami, S 2009, *Pengaruh Sikap Konsumen Pada Media Iklan Cetak Twings Tea*, hlm.14-15, diakses 05 Desember 2015. <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/123943SK%20001%2009%20Dew%20p%20-%20Pengaruh%20sika-Literatur.pdf>
- Widyatama, R 2007, *Pengantar Periklanan*, Pustaka Book Publisher (Kelompok Penerbit Pinus), Yogyakarta.
- Zulianto, E 2010, *Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline Dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk*, hlm.98, diakses 28 Agustus 2015. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/729/1/93717-Eko%20Zulianto-FEB%20>

Sumber Lain :

<https://shareacoke.coca-cola.co.id/event>

