

## DAFTAR PUSTAKA

- Altstiel, Tom & Grow Jean 2006, *Advertising Strategy: Creative Tactics From The Outside/In*, Sage Publications Inc, London.
- Darmadi, D, Sugiarto, & Lie, JB 2004, *Brand Equity Ten, Strategy Memimpin pasar*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto 2004, *Strategy menaklukan pasar*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Efendy Onong, Uchana 2007, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung Remaja Rosdakarya
- Hanna, N, & Wozniak, R 2001, *consumer behavior: An Applied Approach (3rd ed)*, Addison Wesley Publishing Company, New jersey
- Kasali, Rhenald 2007, *Manajemen periklanan: konsep dan aplikasinya*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Keller, L.K 2003, *Building Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey: Pearson Education.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi. : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Martono, Nanang 2011, *Metode penelitian kuantitatif : analisis isi & analisis data sekunder*, PT. Raya Grafindo, Jakarta
- Musantie, A, N 2015, *Terpaan Iklan Layanan Masyarakat BPJS Kesehatan Di Televisi Terhadap Brand Awareness (study pada masyarakat di wilayah kecamatan pamulang)*, Hlm.17, diakses pada 15 maret 2016. <http://library.fisip.upnvj.ac.id/>.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *komunikasi pemasaran: strategi dan teknik, cetakan Pertama*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Priyanto, Duwi, 2013, *Mandiri belajar Analisis Data Dengan SPSS*, PT. Buku Seru Jakarta

- Rochacty,E & Ratih,2005,*Kamus Istilah Ekonomi,Bumi Askara,Jakarta*
- Ruslan,Rosady, 2010, *metode penelitian public relations dan komunikasi*, PT.Raja Grafindo Persada,Jakarta
- Sugiyono,2013,Metode Penelitian Kombinasi: mixed method,Alfabelta Bandung
- Sutherland, Max & Alice K Sylvester 2007, *Advertising & The Mind of Customer*,PPM,Jakarta
- Susanto,AB&Wijanarko,H 2004, *power Branding : membangun Brand yang Legendaris* cekatan kesatu, PT.Mizan Pustaka,Bandung
- Zulianto,E 2010,Analisis pengaruh penggunaan tagline dan persepsi konsumen dalam pembentukan brand awareness suatu produk, hlm.98,diakses pada 28 mei 2016 <http://repository.uinjkt.ac.id/>
- Hendry, Gunawan 2012, *Pengaruh Tagline "One" Dalam Iklan Televisi Sepeda Motor Honda Terhadap Brand Awarness*.  
<http://repository.upnyk.ac.id/2652/> Diakses [20 Mei 2016].
- Zulianto, Eko 2007, *Analisis pengaruh penggunaan tagline dan persepsi konsumen dalam pembentukan brand awareness suatu produk : studi kasus pada iklan coca cola*.  
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/729> . Diakses [20 Mei 2016]