

DAFTAR PUSTAKA

- Altstiel, T & Jean, G 2006, *Advertising Strategy: Creative Tactics From The Outside/In*, Sage Publications Inc, London.
- Bagehot 1993, *Walter Lombard Street Homewood IL*: Richard D Irwin 1993 Edition.
- Cutlip, SM, Center, AH, Broom, GM 2011, *Effective Public Relations*, Kencana Permada Media Group, Jakarta.
- Darmadi, D, Sugiarto, Lie, JB 2004, *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto 2004, *Strategi Menaklukan Pasar*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hanna, N, & Wozniak, R 2001, *Consumer Behavior: An Applied Approach (3rd ed)*, Addison Wesley Publishing Company, New Jersey.
- Kasali, R 2007, *Manajemen Periklanan: Konsep & Aplikasinya*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Keller, LK 2003, *Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P 2005, *Manajemen Pemasaran: Jilid 1 & 2*, PT.Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kriyantono, R 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group.
- Larensia, GA 2010, *Persepsi Terhadap Tagline Merek Kosmetik Wardah Inspiring Beauty Dalam Iklan Televisi Pada Brand Awareness (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*, diakses 08 September 2015, [http://www.academia.edu/5025356/PERAN_PERSEPSI_TERHADAP TAGLINE MEREK KOSMETIK WARDAH INSPIRING BEAUTY DALAM IKLAN TELEVISI PADA BRAND AWARENESS KONSUMEN](http://www.academia.edu/5025356/PERAN_PERSEPSI_TERHADAP_TAGLINE_MERKE_KOSMETIK_WARDAH_INSPIRING_BEAUTY_DALAM_IKLAN_TELEVISI_PADA_BRAND_AWARENESS_KONSUMEN) Studi Pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Malang
- LSPR 2010, *Beyond Borders: Communication Modernity & History*, Jakarta.
- McQuail, D 2011, *Teori Komunikasi Massa*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Morissan 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Premada Media Group, Jakarta.

- Musantie, AN 2015, *Terpaan Iklan Layanan Masyarakat BPJS Kesehatan Di Televisi Terhadap Brand Awareness (Studi Pada Masyarakat Di Wilayah Kecamatan Pamulang)*, diakses 15 November 2015.
http://library.fisip.upnvj.ac.id/index.php?p=show_detail&id=13276
- Nuradi, Noeradi, Wisaksono, Kridalaksana 1996, *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Peter, JP & Olson, JC 2000, *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4 Alih Bahasa Damos Sihombing, Erlangga, Jakarta.
- Riyandi, S 2015, *Membongkar Strategi GOJEK VS Grabbike*, diakses 25 Agustus 2015.
<http://wirausaha.merdeka.com/read/978668/membongkar-strategi-gojek-vs-grabbike#shash.LoJaFr7q.dpuf>
- Rochacty, E & Ratih, T 2005, *Kamus Istilah Ekonomi*, Bumi Askara, Jakarta.
- Sugiyono 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Susanto, AB & Wijanarko, H 2004, *Power Branding: Membangun Brand Yang Legendaris Cekatan Kesatu*, PT.Mizan Pustaka, Bandung.
- Sutherland, Max & Alice K Sylvester 2007, *Advertising & The Mind Of Customer*, PPM, Jakarta.
- 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>