

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto dan Erdinaya. 2007. Komunikasi massa suatu pengantar, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharmisi. 2006. Prosedur Penelitian Untuk Suatu Pendekat Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Baksin, Askurifai. 2006. Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2011. Konstruksi Sosial Media Massa. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Daryanto. 2010. Ilmu Komunikasi, PT. Sarana Tutorial Naluri Sejahtera, Bandung.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Budiman Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. 2011. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square PLS* Edisi 3. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Husein, Umar. 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kasali, Rhenald. 2007. Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, Alih Bahasa Benyamin Molan. 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1, PT. Indeks.

- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Rahmawati, Indah dan Dodoy Rusnandi. 2011. *Berkarier di Dunia Broadcast*, Laskar Askara, Bekasi, 2011.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy, 2008, *The Power of Brands*, Cetakan Ketiga, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Cetakan kelima, Bandung : PT. Rajagrafindo Persada.
- Sadat, Andi. 2009. *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suprpto, T. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi, Media Presindo*, Yogyakarta.
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing
- 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Andi : Yogyakarta
- Widyatama, Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. Pustakabook Publisher, Yogyakarta.

Jurnal :

- Andriyanto dan Haryanto. (2010). "Analisis Pengaruh *Internet Marketing* terhadap Pembentukan *Word of Mouth* dan *Brand Awareness* untuk Munculnya *Intention to Buy*".
- Andriastika Sukmawati dan Joko Suyono, 2005, "Analisis Pengaruh Karakteristik Bintang Idola Iklan (*Celebrity Endorser*) Terhadap Minat Beli Konsumen Sebuah Merek Multivitamin (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta)," Fokus Manajerial Volume 3 No.1 Hal. 21-32.
- Beleng, I.P. (2014). Analisa Startegi Komunikasi *Mall* Teras Kota Untuk Mempertahankan *Brand Awareness* (Periode Maret 2014-Mei 2014). (Diakses pada 4 Maret 2017 pukul 15.08 dari http://marcomm.binus.ac.id/academic-journals/analisa-strategi_komunikasi-mall-teraskota-untuk-mempertahankan-brand-awareness-periode-maret-2014-mei-2014/).
- Hartiningtyas. A dan Assegaf. M. 2010. Jurnal. Pengaruh *Brand Awarness*, *Brang Association* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek 4-Tak Merek Honda (Studi Kasus di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal).
- Indiarto, Fidelis. 2006. Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. 5. No. 3. pp.243-268.
- Octaviasari, S. (2011). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Efek Komunitas Terhadap Kesadaran Merek dan Sikap Terhadap Merek Kartu Prabayar Mentari di Semarang. (Diakses pada 4 Maret 2011 pukul 13.49 dari https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiE6bSvnLzSAhUJu48KHVkJZBJoQFghNMAc&url=http%3A%2F%2Fprints.undip.ac.id%2F28741%2F1%2FJurnal_Sherly_Octaviasari.pdf&usg=AFQjCNGAGXnfaQ1Udxh4mvXIJJGYIulYw&bvm=bv.148747831,d.c2I)

Website:

Bara. 2009. <http://adverdreams.blogspot.com/2009/07/daya-tarik-pesan>. diakses tanggal 17 Maret 2017

<https://www.google.co.id/search?q=top+brand+award&oq=top&aqs=chrome.2.69i57j69i59l2j69i60l2.2617j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> , diakses pada tanggal 20 Januari 2017

http://image.elevenia.co.id/g/8/1/1/8/3/6/16811836_B_V5.jpg , diakses pada tanggal 25 April 2017

<http://www.republika.co.id/berita/koran/bincang-bisnis/16/08/01/ob86g73-ratanjit-das-presdir-reckitt-benckiser-indonesia-melakukan-lebih-baik-dari-pasar>

<https://swa.co.id/swa/ceo-interview/reckitt-benckiser-indonesia-paling-pesat-pertumbuhan-pasarnya-di-dunia>

