

DAFTAR PUSTAKA

- Best, Roger. 2009. *Market Based Management Strategies for Growing Customer Value and Profitability* 5th ed. New Jersey : Prentice Hall
- Best, Roger. 2012. *Market Based Management Strategies for Growing Customer Value and Profitability* 6th ed. New Jersey: Prentice Hall
- Bucari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa* .Bandung :CV Alfabet
- Cannon, et al. 2009. *Pemasaran Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Selemba Empat
- Djohan. 2005. *Psikologi Musik*. Yogyakarta : Penerbit Buku Baik Yogyakarta.
- Gobe, Marc. 2005. *Emotional Branding* . Jakarta: Erlangga
- Durianto, et al. 2003. *Inovasi pasar dengan iklan yang efektif* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka utama.
- <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2018/pertumbuhan-Belanja-iklan-2017-Bergerak-positif-namun-Melambat.html>
- <https://amp.tirto.id/pertarungan-unilever-loreal-pg-jadi-kue-iklan-triliunan-di-tv-derB>
- Tania Yosephine Aiwan, 2013, " *Efektivitas Pesan iklan televisi Tresemme Menggunakan Customer Respon Index (Cri) pada perempuan di Surabaya,*" Vol.1.No.2.
- Thirsa Octavianti, 2016, " *Efektifitas iklan Televisi Bukalapak edisi "Gunakan Jarimu dan jadilah Pahlawan di Bukalapak" Pada Masyarakat Surabaya,*" Vol.4.No.1.
- Lisa Gunawan, 2014 " *Efektivitas iklan Televisi Suzuki karimun Wagon R di Masyarakat Surabaya,*" Vol 2. No.3
- Keith, J. Tuckell. 2007. *Integrated Marketing Communication Strategic Planning Perspectives*. New Jersey : Prentice Hall

- Kenneth, Jean Maas, Martin Nesenholts.2005.*How To Advertise*. Jakarta: PT.. Elex Media komputindo
- Kerlinger,F.N. and Pedhazur, E.J. 1973.*Multiple Regression Behavioral Reasech*,Holt Rinearth and Winston, Inc. New York
- Kotler, Philip.2002. *Manajemen Pemasaran Edisi 10*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kolter, Philip and Amstrong, G.2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kolter, Philip and Keller K.2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 1 dan 2. Indeks*, Jakarta: Erlangga
- Kolter, Philip and Kolter K. 2009. *Marketing Management 13rd ed*.New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Lafferty et.al. 2002.*The Dual Credibility Model: The influence of Corporate and Endors Credibility on Attitudes And Prchase Intentions*. Journal of Marketing Theory and Practice.
- Shimp, T. A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* , Edisi 5 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Simamora,Bilson .2003.*Aura Merek*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugyono.2010.*Metode Penelitian dan Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif Dan R & D*. Bandung : CV Alfabeta
- Siregar Sofyan.2014.*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif,Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi Spss Versi 17*. Jakarta : Bumi aksara
- Suyanto M 2005. *Strategi Perencanaan iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI
- Wells,Burnett, & Moriarty.(2002). *Advertising Practice and Principles 5th ed*. New Jersey: Prentice Hall