

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi* . Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat
- Andrologi, Febrian. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty dan Dampaknya terhadap Brand Equity. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. http://eprints.undip.ac.id/43437/1/01_ANDROLOGI.pdf.
- Ameri, Hassan Seyed. (2015). The Impact of Word of Mouth promotion on Brand Equity Dimension in Sports Services. *Sport Science*. Vol. 8 (63).
- Arbinah, Siti. (2010). Studi Tentang Words of Mouth (WOM) Positif pada Bisnis Ritel Pasar Modern. *Tesis Tidak Dipublikasikan*. Magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Azari, Phamendyta Aldaning, Kumadhi Srikandi dan Yaningwati Fransisca. (2014). Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Efektivitas Iklan dalam Meningkatkan Brand Awareness Studi kasus: Pocari Sweat. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 13
- Buttle, Francis. (1998). Word of Mouth: Understanding and Managing Referral Marketing. *Journal of Strategic Marketing*. Volume 6
- Clark, D dan Draganska. (2009). The Effect of Advertising on Brand Awareness and Perceived Quality. *HEC Montreal and CIRPEE*. <http://link.springer.com/article/10/1007%2FS11129-009-9066-z>
- Dinasty. (2011). Pengaruh Iklan Teh Botol Sosro terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness). *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Durianto, Darmadi. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Edlin, Bev dan Harkin Brenda. (2003). Building Brand Reputation. *Chartered Accountants Journal*
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP Undip
- Hoskins, J.A. (2007). Word of Mouth Research: Principles and Applications. *Journal of Advertising* 47(4)
- Khan, Afaq A., Saneela Jadoon and Naqash Ahmad Khan Tareen. (2016). Impact of Advertising on Brand Awareness And Commitment In Female Apparel Industry. *International Journal of Academic Research in Business and Social Science* 6(3)

- Knapp, Duane E. (2002). *The Brand Mindset*. London: McGraw Hill
- Kotler, P dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Krisyantono, R. (2006) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: kencana
- Kusumawati. (2010). Analisis Pemakaian Gaya Bahasa pada Iklan Produk Kecantikan Perawatan Kulit Wajah di Televisi. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret
- Low, G dan Mohr, J. (2000). Advertising of Brand Equity Measure in Service Markets. *Journal od Service Marekting 15*
- Mandan, Hossein dan Furuzzandeh. (2012). Investigating the Impact of Advertising on Customers' Behavioral Intentions. *Business and Economic Research*. 3(1)
- Murtiasih, Sucerly dan Siringringo. (2013). How Word of Mouth Influence Brand Equity for Automotive Products in Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Science 81*.
- Nurhaeni, Nelly. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa
- Onong, Uchjana. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- Permana, panji. (2015). Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan dan Word of Mouth terhadap Brand Awareness, dan Nilai Pelanggan serta Dampaknya terhadap Minat Beli Hand and Body Marina. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Putra, A.N.Eka (2010). Pemaknaan Iklan Axis di Televisi. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional.
- Ramos, Vilarejo dan Franco, Sanchez. (2005). The Impact of Marketing Communication and Price Promotion on Brand Equity. *Journal of Brand Management*.
- Rasool and Maryam, A. (2012). Survey the Effect of perceived Quality on Brand Equity for SAMSUNG Brand from the Viewpoint of Iranian Consumer. *Journal of America Science*. 8(9)
- Sawant, Roshni. (2012). Impact of Advertising on Brand Awareness and Consumer Preference. *IOSR Journal of Business and Management*. 5(6).

Seminari, Ni Ketut dan Pambudi Ary W. (2016). Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap brand Awareness Traveloka. *E-Journal Manajeen Unud*. 5(8).

Setiyowati, Novia. (2008). Daya Tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah di media Televisi. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga

Sigit, Suhardi. (1999). *Pengantar Metode Penelitian Sosial Bisnis Manajemen*. Yogyakarta: Likman Offset

Sudartik. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan periklanan terhadap Keputusan nasabah dalam Menabung pada PT BPR Semarang Margatama Gunadana. *Skripsi Tidak dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang

Sugiyono (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sumarni, M dan Salamah. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset

Susanto, Azhar. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Gramedia

Suyanto, Bagong. (2007). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana

Trusov, Bucklin dan Pauwels. (2009). Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing. *Journal of marketing*. Vol. 13