

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. *Analisis Regresi Teori Kasus dan Solusi*. BPFE UGM. Yogyakarta
- Bilson, Simamora. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi pertama Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta Kencana.
- Durianto Darmadi, Sugiarto dan budiman Joko Lie. 2004. *Brand Equity Tren Strategy Memimpin Pasar*. PT.Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Fatima dan Lodhi. 2015. *Impact of Advertisement on Buying Behaviours of the consumers (Study of Cosmetic Industry in Karachi City)*. *International Journal of Management Sciences and Business Research*. Vol 4 Issue 10.
- Febriana, Srikandi Kumadji dan Mawardi. 2015. Pengaruh Iklan Televisi terhadap Kesadaran Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Produk TRESemmé). Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 25 No. 1.
- Ghozali Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Sess*. Cetakan keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein Umar. 2003. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Husein Umar. 1998, *Metode Penelitian*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta. Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta . Pustaka Utama Grafiti.
- Kennedy, John E, Soemanagara, dan R Dermawan 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).

- Khusnaeni, Edy Yulianto dan Sunarti. 2017. Pengaruh Iklan terhadap Sikap Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4G LTE yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4G LTE Versi “Nixia Gamer”). Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 47 No. 2.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta. Bumi Aksara
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kedua belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kurnyawati, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto. 2014. Pengaruh Iklan terhadap Brand Awareness dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2012-2013 yang Menggunakan Produk Sabun Mandi Merek Lifebuoy). Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 16 No. 1.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan, William Wells. 2011. *Advertising*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Morissan A.M. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta. Penerbit Kencana.
- M Suyanto. 2005. *Pengantar Teknologi Informasi untuk Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Rahma Tiara Hakim dan Christin Susilowati. 2013. Pengaruh Persepsi Iklan, Kesadaran Merek, Citra Merek terhadap Sikap pada Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Pestisida Merek Sidamethrin 50 EC). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Brawijaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAB)*. Vol. 11 No. 4.
- Rangkuti, Freddy .(2002). *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Setiawati dan Lumbantobing. 2017. Pengaruh Promosi dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato yang Dimediasi oleh Brand Awareness. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Kristen Krida Wacana. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 12 No.1.
- Shimp, Terence, A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Terpadu, Jilid I ( edisi 5). Jakarta Erlangga.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R dan D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta. Andi Offset.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta. Buana Pustaka Indonesia.
- Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Cakrawala. Yogyakarta

## **INTERNET**

- Brand ambassador OPPO smartphone. <https://google.co.id> (Diakses pada tanggal 20 Januari 2017 pukul 19.45 Wib).
- <https://id.wikipedia.org> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018 pukul 19.40 Wib).
- Market share kuartal III tahun 2016-2017. <https://kompas.com> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018 pukul 19.30 Wib).
- Penetrasi media televisi di Indonesia .2017. <https://nielsen.com> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018 pukul 19.15 Wib).
- [www.bppk.kemenkeu.go.id](http://www.bppk.kemenkeu.go.id). 2015. "Penghasilan Kelas Menengah Naik = Potensi Pajak?". <https://bppk.kemenkeu.go.id/id/publikasi/artikel/167/-artikelpajak/21014-penghasilan-kelas-menengah-naik-potensi-pajak> (Diakses pada tanggal 15 Februari 2019 pukul 20.30).
- <https://m.erabaru.net/2017/03/15/who-mengeluarkan-kriteria-baru-usia/> (Diakses pada tanggal 15 febuari 2019 pukul 20.30).
- <https://www.google.com/search?q=www./logo/oppo.com> (Diakses pada tanggal 15 febuari 2019 pukul 20.30).