**DAFTAR PUSTAKA**

Akbar dan Usman. 2009. Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.

Ali, Hasan. 2013. *Marketing* dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (*Center For Academic Publishing Service*).

Andini, Lily Puspita. 2016. Pengaruh persepsi *celebrity endorser* dan *tagline* iklan terhadap *brand awareness* konsumen pada produk wardah dikalangan mahasiswa uin maliki malang. Skripsi universitas islam negeri maulana malik Ibrahim malang, pp. 11 - 19.

Arens, William F., Weigold, Michael F., Arens, Cristian. 2013. *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications,* Fourteenth Edition. new York: Mc-Graw-Hill.

Arif, M. 2010. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.

Bungin, Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media Group.

Chattopadhyay, D. P. and Millind S. Inamdar. 2010. *Aqueous Behaviour of Chitosan. Hindawi Publishing Corporation International Journal of Polymer Science*, pp. 20.

Chiaravalle, Vill., Schenck, Barbara Findlay. 2015. *Branding of Dummies,* 2nd Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.

Citranuari, Sekar Jingga. 2015. Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, pp. 19-20

Danang, Sunyoto. 2012. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS.

Djiwandono P. I. 2015. Meneliti Itu Tidak Sulit: Metedologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Bahasa. Edisi pertama. Cetakan pertama. Yogyakarta: Deepublish.

Fandy, Tjiptono. 2011. Pemasaran jasa, Bayumedia, Malang.

Febriana, Chalifah Nur *et al.*. 2015. Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswi universitas brawijaya pengguna produk Tresemme). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 25 No. 1, pp. 5-6.

Febriana, C. N., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. 2015. Pengaruh Iklan Televisi terhadap Kesadaran Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Produk Tresemme). Jurnal Administrasi Bisnis, 25(1), pp. 1-7.

Hair et al. (2010). Multivariate Data Analysis, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall.

Herdena, Auditya. 2015. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3, No. 1, pp. 4.

Hidayatullah, Priyanto. 2014. *Visual Basic. NET.* Edisi Revisi. Bandung: Informatika.

Hidayat, Taufik dan Nina Istiadah. 2011. Panduan Lengkap Menguasai SPSS 19 (Untuk Mengolah Statistik Penelitian). Mediakita. Jakarta.

<https://www.youtube.com/watch?v=uCruKFUBcGU>

Kertamukti, Rama. (2015). Strategi kreatif dalam periklanan (konsep pesan, branding, anggaran), Jakarta: PT Raja Grafindo.

Kolilurrohman, M. 2016. Efektivitas *tagline* aqua dan pengaruhnya pada *brand awareness* dan keputusan pembelian aqua di kota malang. Skripsi universitas islam negeri maulana malik Ibrahim malang, pp. 14.

Kotler, dan Armstrong. 2015. *“Marketing an Introducing Perntice Hall twelfth edition”*, England: Pearson Education, Inc.

Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management:* 14 *Edition,* New Jersey: *Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education,* Inc.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. 10th *Edition. “marketing an Introduction”.* Indonesia: Perason.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 2. Jakarta:Erlangga.

Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0. bandung: ALVABETA, CV.

Majalah Swa 19/xxix/12-25 September 2013

Majalah Swa 19/xxx/11-24 September 2014

Majalah Swa 20/xxxi/17-29 September 2015

Markplus, Tim. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Jakarta: Esensi

Morissan. 2010.Periklanan edisi 1. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.

Muktamar, Muhammad Kamal. 2014. *The Influence of Celebrity Endorser to Purchase Decision on Wimcycle Agent Series Bycyle.* Jurnal Universitas Telkom Bandung. Vol. No. 2 Oktober 2014, pp. 31

Mullins, Jhon W. dan Walker Jr. Orville C. 2013.*Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition,* McGraw-Hill International Edition.

Nana, Sudjana. 2010. Dasar-Dasar Proses Belajar, Sinar Baru Bandung.

Naresh, K. Malhotra. 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation,*6E. Publisher: Prentice Hall.

Nuggroho, Valentinus. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Daya Tarik Iklan Terhadap *Brand Wareness* dan Dampaknya Terhadap *Brand Attitude.* Skripsi Manajemen S1. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanatha Dharma, pp. 58.

Pramugitha, Arlendra et al. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Terhadap Niat Beli Laptop Merek Apple (studi pada pengunjung grand city Surabaya dan delta plaza Surabaya. Jurnal, pp. 249.

Priyatno, Duwi. 2010. Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS. Mediakom, Yogyakarta.

Putrid, Verantika Ayuning A. 2017. Pengaruh Iklan Televisi, Ikklan Online dan Iklan Cetak Terhadap Kesadaran Merek (Studi kasus pada pengunjung minimarket Alfamart di Kadipiro, Surakarta). Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta, pp. 5,56-59

Rachman, Mochammad Munir. 2017. Metedologi penelitian. Surabaya: Penerbit UNIPRESS Universitas PGRI Adi Buana.

Septiyanto, Ixfan Bayu. 2016. Pengaruh Brand Ambassador, Tagline, Dan Jingle Iklan Versi Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness (Studi Pada Pengguna Produk Yamaha Motor). Skripsi Universitas Muhammadiyah Purworejo, pp. 32.

Shimp, A. Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. CV

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.

Sundarapandiyan, Durairasi, S. Dr. Babu & K. Dr. Prabakaran. 2015. A Research on the Influence of Media Advertisements in the Purchasing Decisiions of Generatiom Y in Penang Malaysia. International Journal of Sciences, Volume 21, No 1, pp 192-222.

Sya’diah, Lana. 2017. Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Pada Masyarakat di Desa Jeruk Gamping Krian. Skripsi Universitas Bhayangkara Surabaya, pp. 1.

Rahayu, Ni Made *et al*. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No. 11, 2015, pp. 3909-3935 ISSN: 2303-8912.

[www.pantene.co.id](http://www.pantene.co.id)

[www.pg.com](http://www.pg.com)

[www.vemale.com](http://www.vemale.com)

Yudhiartika, D. 2012. Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's. Buletin Studi Ekonomi, ISSN 17(2), 142-156.