

DAFTAR PUSTAKA

- Annafik, Aldaan Faikar dan Rahardjo, Mudji. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha. Journal Of Management, Vol. 1, No. 2*
- Belch, George E. dan Belch, Michael A. (2012). *Advertising and Promotion 9E*. Singapore:McGraw-Hill/Irwin
- Duffet, Rodney Graeme. (2015). *Facebook advertising's influence on intention-to-purchase and purchase amongst Millennials. Internet Research, Vol. 25 Iss. 4 pp. 498 – 526*
- Febriana, Chalifah Nur, Kumadji, Srikandi & Mawardi, M. Kholid. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi terhadap Kesadaran Merek serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 25, No. 1*
- Haerani, Yeni. (2015). *Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Minat Beli Sampo Pantene*
- Hemamalini dan Kurup, Shree Kala. (2014). *Effectiveness of Television Advertisement on Purchase Intention. International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, Vol. 3, Iss. 2 pp. 9416-9422*
- Herawan, Wrindha Iyana. (2016). *Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Food Truck Wildwings di Kota Bandung*
- <http://www.alexacom/topsites/countries/ID> (Diakses pada tanggal 16 Februari 2017)
- <http://www.datacon.co.id/Toiletries-2011Sampo.html> (Diakses pada tanggal 15 September 2016)
- http://www.pg.com/id_ID/brands/brands_index.shtml (Diakses pada tanggal 29 September 2016)
- http://www.pg.com/id_ID/company/core_strengths.shtml (Diakses pada tanggal 29 September 2016)
- http://www.pg.com/id_ID/company/purpose_people/index.shtml (Diakses pada tanggal 29 September 2016)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube> (Diakses pada tanggal 19 Januari 2017)
- Khairunnisa R., Nadya dan Kambolong, H. Makmur. (2016). *Pengaruh Iklan Shampoo Pantene Terhadap Minat Beli Konsumen. Sinopsis Business UHO, Vol. 1, No. 01*

- Khandai, Sujata dan Agrawal, Bhawna. (2012). *Impact of television Commercials Upon The Purchase Behavior of Urban Indian Children. International journal of marketing and technology, Vol. 2 Iss. 4 pp. 72-90*
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing 14th Edition*. England: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Keller, Kevine Lane. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United State of America: Pearson Education Limited
- Laurentia, Ardianto, Elvinaro & Damayanti, Trie. (2012). *Hubungan antara Pesan “Hadiah Wisata Belanja” Kampanye Media Sosial Es Krim Magnum dan Minat Beli Followers @MyMagnumID Pada Brand Magnum. Ejournal Mahasiswa Universitas Padjajaran, Vol.1, No.1*
- Levy, Shalom dan Guterman, Hanna Gendel. (2012). *Does advertising matter to store brand purchase intention? A conceptual framework. Journal of Product & Brand Management, Vol. 21 Iss 2 pp. 89 – 97*
- Majalah SWA Edisi 20/XXXI: *Indonesia Best Brand Index 2012*. (2012, 20 September – 03 Oktober)
- Majalah SWA Edisi 19/XXIX: *Indonesia Best Brand Index 2013*. (2013, 12 – 25 September)
- Majalah SWA Edisi 19/XXX: *Indonesia Best Brand Index 2014*. (2014, 11 – 24 September)
- Majalah SWA Edisi 20/XXXI: *Indonesia Best Brand Index 2015*. (2015, 17 – 29 September)
- Majalah SWA Edisi 18/XXXIII: *Indonesia Best Brand Index 2016*. (2016, 1 – 14 September)
- Mawardi, Yusuf. (2015). *Pengaruh Periklanan Terhadap Minat Beli Pada Travel Citi Trans*
- Mujitahid, Gabriella Aprilanni. (2014). *Pengaruh Iklan Video Online Terhadap Brand Recall*
- Prasetyono, Inova Anugrahwati. (2012). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Produk Oreo Versi “Oreo Ice Cream Orange” di Media Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Bandung*
- Rahmania, Adinda Ficha Mega dan Saino. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Vaseline Healthy White Insta Fair. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol. 3, No. 1*
- Riduwan. (2011). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta

- Saadeghvaziri, Faraz, Dehdashti, Zohreh, dan Askarabad, Mohammad Reza Kheyrikhah. (2013). *Web advertising Assessing beliefs, attitudes, purchase intention and behavioral responses. Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 29 Iss 2 pp. 99 – 112*
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta:Penerbit Kencana
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Penerbit Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta:Center of Academic Publishing Service (CAPS)
- Winata, Wiliam. (2015). *Pengaruh Iklan pada Media Televisi terhadap Minat Beli Es Krim Magnum di Kota Bandung*