

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 1995. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya Edisi ke-2*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Belch, George. E dan Belch, Michael. A. (2007). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York, McGraw Hill.
- Buchory, Achmad, Hery & Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen pemasaran (Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab)*. Bandung: Linda karya.
- Daryanto. (2011). *Ilmu komunikasi*. Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Durianto, Darmadi, dkk. (2004). *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif, Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Griffiths, Andrew. (2012). *Iklan Powerful Untuk Bisnis Anda Berawal Dari Buku Ini!*. Jakarta : Tanga Pustaka
- Hidayat, Dedy N. 1999. *Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi*. Jurnal ISKI Vol. III April 1999
- Mar'at. 1984. *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Bandung : Ghalia Indonesia
- Mowen, John C. / Minor, Michael. (2002). *Perilaku konsumen jilid 1 edisi kelima*. Jakarta : Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (2004), *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta, Grafiti.
- Kriyantono Rachmat,. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

- M.A, Morissan. (2010). ***Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Pertama***, Jakarta; Kencana
- Peter, J. Paul, Olson, Jerry C, 2010, ***Consumer Behavior and Marketing Strategy, 9<sup>th</sup> edition, McGraw-Hill Higher Education***, New York
- Rakhmat, Jalaludin. (2002). ***Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik***. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. (2004). ***Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis***. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, Djaslim dan Yevis Marty Oesman. (2002). ***“Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran”***. Bandung: Linda Karya
- Setiadi, Nugroho J., SE., MM, 2003. ***Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran***. Jakarta : Kencana.
- Sekaran, Uma.(2006). ***Research Methods For Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 2 Edisi 4***. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A.. (2006). ***Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu jilid I***. Jakarta: Erlangga
- Swasta, Basu. 1985. ***Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern***. Liberty: Yogyakarta.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah, (2006). ***Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)***. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Candra Gregorius. (2005). ***Service, Quality and Satisfaction***. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. (2009). ***Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis***.(2ndEd). Jakarta, Indonesia : Rajawali Press.

## **Skripsi**

Said, Muh Agung Rianto. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas iklan media elektronik (TV) produk Sepeda Motor Yamaha di Makassar. <http://scholar.google.com>. [25 April 2013].

Dewa, Ndaru Kusuma. (2009). Analisis pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi dan harga terhadap minat beli (Studi Kasus StarOne di Area Jakarta Pusat). <http://eprints.undip.ac.id>. [8 Mei 2013].

Sinaga, Sonti Soraya . (2008). Efektivitas Iklan Televisi Sabun Lux dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Sabun Mandi. <http://repository.ipb.ac.id>. [25 April 2013].

## **Jurnal**

Laurentia. (2012). Hubungan antara Pesan “Hadiah Wisata Belanja” Kampanye Media Sosial Es Krim Magnum dan Minat Beli Followers @MyMagnumID Pada Brand Magnum. <http://journal.unpad.ac.id>. [7 Mei 2013]

Frans, Raja, Alvi Furwanti Alwie, Gatot Wijayanto. (2012). Pengaruh Efektivitas Iklan Televisi Yang Diukur dengan *Epic Model* Terhadap Sikap Penonton di Kota Pekanbaru (*Effect Of Television Advertising Effectiveness Based On Epic Model Toward Audience Attitude At Pekanbaru*). <http://repository.unri.ac.id>. [25 April 2013].

- Ishak, Asmai. (2008). Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen. <http://www.journal.uui.ac.id/>. [25 April 2013].
- Sufa, Faella, Bambang Munas. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap. (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost Di Sekitar Kampus Undip, Tembalang). <http://ejournal-s1.undip.ac.id>. [25 April 2013].
- Nur, Ayu Ashari. (2012). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Di Group Blackberry Messenger Terhadap Minat Beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. <http://repository.unhas.ac.id/>. [25 April 2013].
- Pujiyanto. (2003). Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>. [28 april 2013].
- Sarah R. Thomas Simon J. Pervan & Peter J. Nutall. (2009). Marketing Orientation and Art Organisations. The Case for Business Sponsorship. <http://www.emeraldinsight.com>.
- Kari Heimonendan Outi Uusitalo. (2009). *The Beer Market and Advertising Expenditure*. <http://www.emeraldinsight.com>.
- Jundong Hou, Lanying Du, dan Jianfeng Li. (2008). *Cause's Attributes Influencing Consumer's Purchasing Intention: Empirical Evidences From China*. <http://www.emeraldinsight.com/>. [28 April 2013].

Mike T. Bendixen. (1992). Advertising Effects and Effectiveness.

<http://www.emeraldinsight.com>, [28 April 2013]

## **Internet**

<http://www.bisnis-jabar.com/index.php/berita/omzet-industri-kosmetik-bisa-capai-rp104-triliun> diakses pada tanggal 11 Maret 2013 pukul 09.45 WIB

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/4788/Omzet-Kosmetik-akan-Tembus-Rp-11-Triliun> diakses pada tanggal 10 Maret 2013 pukul 11.12 WIB

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

<http://www.marthatilaargroup.com/id/penghargaan.html> diakses tanggal 10 Maret 2013 pukul 10.14 WIB

<http://www.marthatilaargroup.com/id/brand.html> diakses tanggal 10 Maret 2013 pukul 10.23 WIB

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/3205/Menperin-Resmikan-Pembangunan-Pabrik-PT-Martina-Berto> diakses 21 Maret 2013 diakses pukul 12.03 WIB

<http://202.59.162.82/cetak.php?cid=1&id=4377&url=http%3A%2F%2F202.59.162.82%2Fswamajalah%2Ftren%2Fdetails.php%3Fcid%3D1%26id%3D4377> diakses pada tanggal 21 Maret 2013 pukul 21:14 WIB

[http://www.youtube.com/watch?v=6yyo\\_413Ib0](http://www.youtube.com/watch?v=6yyo_413Ib0) diakses pada tanggal 25 Maret 2013 pukul 10.34 WIB

<http://lifestyle.okezone.com/read/2012/12/07/28/729114/pesona-lasem-karimun-dalam-tren-warna-sariayu-2013> diakses pada tanggal 2 April 2013 pukul 19:31 WIB

<http://www.neraca.co.id/harian/article/24810/Penjualan.Produk.Kosmetik.Impor.Naik.30> 4 April 2013 10:48 WIB

<http://lifestyle.okezone.com/read/2012/12/07/28/729114/pesona-lasem-karimun-dalam-tren-warna-sariayu-2013> 2 April 2013 19:31 WIB

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/4769/Pasar-Kosmetik-Bergairah>  
24 April 2013 pukul 14:12 WIB

<http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/3fisippdf/207612066/bab2.pdf>  
diakses 3 Mei 2013 pukul 10:54 WIB

<http://www.tempo.co/read/news/2013/06/13/090487954> diakses pada  
tanggal 15 Juni 2013 pukul 20:08 WIB

Fazriyati, Pilihan Produk Kecantikan Bergantung Usia, 2012,  
female.kompas.com, diakses pada tanggal 9 September 2013 pukul  
14.40 WIB