

## DAFTAR PUSTAKA

- A.B.Susanto dan Hilmawan Wijanarko.2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta: PT Milzan Publika Jakarta
- Aaker,David A.1991. Manajemen Equitas Merek, Mamanfaatkan Nilai dari Suatu Merek. Jakarta: Mitra Utama
- Abiromo,Baskorohito.2014.Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness produk Kartu Perdana Simpati (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Andi M. Sadat.2009.Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan.Jakarta: Salemba Empat
- Andini, Lily Puspita. (2016). Pengaruh Persepsi celebrity endorse Dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Wardah Di Kalangan Mahasiswi Uin Maliki Malang. Skripsi Psikologi Universitas Islam Negeri Maliki Malang
- Andiyaksa,Muhammad dan Imroatul Khasanah.2017.Pengaruh Pesan Iklan,Kreativitas Iklan,Kredibilitas Celebrity Endorser dan Media Komunikasi terhadap Efektivitas Iklan dalam Menumbuhkan Brand Awareness Produk Sampo Lifeboy (Studi Kasus pada Mahasiswa Undip Semarang). Jurnal Manajemen Vol.6 , No.2Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Aprilia,Debby.2018.Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Produk Wardah Kosmetik(Studi Pada Mahasiswi S-1 FISIP Universitas Medan Area).Skripsi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan
- A, Shimp, Terence (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I ( edisi 5), Jakarta: Erlangga
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro
- Bayu,Ixfan.Pengaruh Brand Ambassador, Tagline, dan Jingle Iklan Versi Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus pada Pengguna Produk Yamaha Motor). Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.

- Darno. 2007. “Efektifitas Tagline Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada mahasiswa pengonsumsi produk rokok, minuman teh, dan minuman bersoda). Fakultas Ilmu Psikologi Universitas Negeri Semarang
- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating Your Library Brand* Diterjemahkan oleh Soenarto. Chicago : The American Library Association
- Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Erlangga Lea, Greenwood Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-Book* Somerset, Nj. USA : Wiley
- Frans M. Royan, 2004, *Marketing Celebrities “Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”*, Media komputindo, Jakarta
- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modelling, Edisi II*, Universitas Diponegoro Semarang
- Ismiati, Nanik. 2000. *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*. Jakarta : Cakram Komunitas
- Keller, K.L. 1993. *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer- Based on Brand Equity*, *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 1, pp. 1-22..
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13* Diterjemahkan Oleh : Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Nuradi, dkk., 1996. *Kamus Istilah Periklanan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Renanda, Agung. 2017. *Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Top White Coffe*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
- Royan, Frans M .2004. *Marketing Celebrities : Selebriti dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Dalam Memasarkan Diri Sendiri* .Jakarta : PT Elex Media, Komputindo.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Setyabudi, Anang. 2017. Brand Awareness Produk Nutella (Studi pada Hero Supermarket Sidoarjo). Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur .

Suyanto, M. 2007. Marketing Strategy Top Brand Indonesia. Yogyakarta: Andi Offset.

Tatik, Suryani. 2008. Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu

Zulianto, Eko. (2010). Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline Dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk. Skripsi Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

[http://javaprimaabadi.blogspot.com/p/tentang-kami\\_8.html](http://javaprimaabadi.blogspot.com/p/tentang-kami_8.html)

[www.kopiluwak.org/](http://www.kopiluwak.org/)

<https://royalplazasurabaya.com>

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

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