**DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto Surasmi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta, Jakarta.

Bendixen, Mike T., (1993), “Advertising Effects and Effectivenes”, European

Journal of Marketing, Vol. 27, No. 10, pg. 19-32

Durinto, Darmadi Anton wachidin Widjaja, dan Hendrawan Supratkno. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang strategi, Program dan Teknik Pengukuran***.** Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Duwi, Priyatno 2010.*Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS.* Mediakomp, Yogyakarta.

Ghozali imam.2011. *Analsis Multivariate denganMenggunakan SPSS 19.0.*BadanpenerbitUniversitasDipenegoro, Semarang

Ibrahim Nasir M. 2012. Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol 5 No 10 Desember 2007*

Istijanto. 2007. *Analisis Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka, Jakarta.

Kasali, Rhenal. 1996. *Membidik Pasar Indonesia*. Badan Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.

Kotler, Philip. 2010, *Marketing 13th*, Second Edition Edisi Indonesia. Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip. 2003. *ManajemenPemasaranJilid I*. new Jersey: Prentice- Hall inc

Kotler Dan Armstrong. 2001. *Dasar-DasrPemasaranEdisi Sembilan*, Jilid Ke-1. Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama.

Saputri Aprilyana. 2009. Analisis Pengaruh Iklan Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Provider As . *Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran*, Jakarta.

Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for business*.Salemba Empat: Jakarta.

Sekaran, Uma. 2007*. Metologi Penelitian Bisnis.* Phalindo, Jakarta

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk, 2000, *comsumre behavior*. 7 th Edition. Prentice Hall Inc, Upper Saddle River, New Jersey.

Sugiyono dan Eri Wibowo. 2003. “*Statistika untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10.0 For windows*”. Cetakan Keempat : November, Alfabeta: Bandung

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis***.** Bandung :Alfa Beta

Sumarno Devry Erick. 2011. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy pada Majhasiswa S1 UNAND). *Skripsi Jurusan Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Padang.

Suhandang. 2005. *Periklanan, kiat dan strategi****.*** *Bandung* : Nuansa

Sumarwan, Ujang, Durinto, Darmadi Anton wachidin Widjaja, dan Hendrawan Supratkno. 2010. *Perilaku Konsumen***.** Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Wibowo Ferry Setyo. 2012. Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Surtvey Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 3 Nomor 1 Tahun 2012*.