

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2008). *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2014). Jakarta: Erlangga.
- Djaslim, S. (2007). *Intisari Pemasaran Dan Unsur - unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Ferdinand, A. (2006). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Heizer, J., & Render, B. (2006). *Manajemen Operasional Jilid 1 Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.
- Henry, S. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, A., & dkk. (2008). *Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Kuncoro, M. (2001). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPM.
- Priyatno. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV. ANDI.



- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2013). *Iklan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Stanton, W. J. (2012). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Danang Sunyoto.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BFEE UGM.
- Tjiptono, F. (2003). *Marketing Scales*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- [http://www.nielsen.com/id/en/search.html?q=belanja+iklan+naik+6%25+di+kuartal+kedua&sp\\_cs=left8](http://www.nielsen.com/id/en/search.html?q=belanja+iklan+naik+6%25+di+kuartal+kedua&sp_cs=left8). Diakses 16 Januari 2018
- <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2007/BELANJA-IKLAN-PRODUK-FMCG-JANUARI-SEPTEMBER-2017-TUMBUH-POSITIF.html> Diakses 17 Januari 2018
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sprite>. Diakses 18 Januari 2018
- <https://www.ayopreneur.com/internasional-product/Sprite-brand-minuman-ringan-paling-terkenal>. Diakses 20 Januari 2018
- <https://ardhogriezmann.wordpress.com/2016/08/21/iklan.sprite/>. Diakses 20 Januari 2018
- <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/seni-desain/article/view/58544>. Diakses 20 Januari 2018
- <http://bisnisbelta.id/nyatanya-gak-lebay-layak-janji-mantan/>. Diakses 20 Januari 2018
- <http://www.scribd.com/mobile/document/336580298/Analisis-iklan-Sprite>

