

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Abimoro, B. 2014. *Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpat (Studi Kasus Jogjakarta)*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Broner, Kai dan Hirt, Rainer. 2009. *Audio Branding. Brands, Sound and Communication*, Nomos, madi. ISBN-10:3832943528, ISBN-13: 978-3832943523

Belch, George E, Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition. New York : McGraw-Hill

Cannon, Joseph., William D. Perreault, and E. Jerome. McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta: Salemba Empat.

Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, Bandung*: PT Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera

Darno. 2007. *Efektifitas Tagline dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Negeri Malang.

Ismiati, N. 2000. *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas iklan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Phillip And Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran* Edisi 2. Jakarta: Indeks

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kotler dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benjamin Molan. Edisi 12. Jakarta: PT.Indeks
- Lee, monle & Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nuradi. 1996. Kamus Istilah Periklanan Indonesia. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Priyatno, Duwi. (2011). *SPSS: Analisis Statistik Data*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rangkuti, F. 2008. *The Power Of Brand ;Teknik Mengelola Brand Equity dan Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta :Gramedia
- Sukandarrumidi dan Haryanto. 2014. *Dasar-dasar Penulisan Proposal Penelitian*. Gadjah Mada University Press : Yogyakarta.
- Susanto, A.B & Wijanarko, H. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan*. Yogyakarta: andi
- Soehadi, Agus W.2005.*Effective Branding:Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*.Bandung:Quantum Bisnis dan Management
- Solomon, 2004. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearsson Education, Inc.,