

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari (2000), *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi 2, Yogyakarta.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard (1995). *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam. Jilid II, Binarup Aksara. Jakarta.
- Green. R., 2003, *Creativity in Public Relation*, Edisi Revisi Bandung.
- Frank Jefkins, 1997, *Periklanan*, Edisi 3, Cet.2 Alih Bahasa Haris Munandar.
- Ganang Nur Z., 2003, *Analisis Efektivitas Iklan Melalui Media Televisi Untuk Shampo Clean dan Head & Shoulders*, *Skripsi UMY* tidak dipublikasikan.
- Kasali, (1992). *Manajemen : Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, Pustaka Utama, Grafiti Jakarta.
- Kasali, Renald (1995). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Cetakan Keempat, Pustaka Grafiti, Jakarta.
- Kotler, P, (1993). *Manajemen Pemasaran, Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip (1997), *Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, Intermedia Jakarta.
- Kotler, Philip Armstrong, Garry (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid II, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip (1999). *Dasar-dasar Pemasaran*, Terjemah Edisi Ketiga. Jilid II Intermedia, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Peter, J. Paul. Jerry C. Olson (1995), *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sapto Handoyo (2004), "Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Lux" *Telaah Bisnis* Vol. 5 No.2, Desember 2004.
- Shimp, Terence A.,(2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*, Edisi 5, Erlangga, Jakarta.

Susanto, AB (2000), *Manajemen Pemasaran Indonesia Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Buku Kedua, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

SWA 14/IXVIII – 24 Juli 2002 dalam Handoyo 2004

SWA 24 Agustus – 6 September 2000.

Transnowati, Danovita (2000), *Perbedaan Pengaruh Iklan Terhadap Pembeli Loyal dan Pembeli Tidak Loyal (Studi Kasus Pada Produk Pasta Gigi*