

DAFTAR PUSTAKA

- Aiwan, T. Y., 2013, Efektivitas Iklan Televisi Tresemme Menggunakan Customer Response Index (CRI) pada Perempuan di Surabaya, *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Kristen Petra*, 1-10.
- Anonim, 2013^a, *About Wardah*, <http://www.wardahbeauty.com/en/about>, diakses pada tanggal 15 Januari 2015.
- Anonim, 2013^b, *Inspiring Women*, <http://www.wardahbeauty.com/en/women>, diakses pada tanggal 15 Januari 2015.
- Anonim, 2013^c, *Product*, <http://www.wardahbeauty.com/en/products>, diakses pada tanggal 15 Januari 2015.
- Anonim, 2013^d, *Wardah Story*, <http://www.wardahbeauty.com/en/about/story>, diakses pada tanggal 15 Januari 2015.
- Arindita, V., 2013, Tingkat Pengetahuan Perempuan Surabaya Mengenai Iklan *Corporate Social Responsibility* Revlon *Kiss for Life* melalui Media *Above* dan *Below the Line*, *Jurnal E-Komunikasi*, **1** (1), 1-12.
- Ayulita, A. S., dan Mustikadara, I. S., 2014, Kampanye Sosial Let's Shine bagi Wanita Muda agar Percaya Diri Cantik Apa Adanya, *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain*, **3** (1), 1-10.
- Bimantoro, F., dan Herawati, F. A., 2011, Pengaruh Frekuensi Melihat Iklan *Floating* terhadap Tingkat Kesadaran Merek, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, **8** (2), 1-27.
- BPOM RI, 2013, *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 27 Tahun 2013 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke dalam Wilayah Indonesia*, 1-5, BPOM RI, Jakarta.
- Chen, Y., Joshi, Y. V., dan Zhang, Z. J., 2009, A Theory Of Combative Advertising, *Marketing Science*, **28** (1), 1-42.
- Durianto, D., dan Liana, C., 2004, Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, **11** (1), 35-55.
- Fazry, L., 2011, Pengaruh Tagline dan Above The Line Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Axis di SMA Negeri 3 Cimahi, *Skripsi*, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ferrinadewi, E., 2006, Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Penelitian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 139-151.
- Ferrinadewi, E., 2008, Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene di Surabaya, *Jurnal Kewirausahaan*, **1** (2), 1-17.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 45-87, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Griffin, R. W., dan Ebert, R. J., 2006, *Bisnis*, diterjemahkan oleh Sita Wardhani, Edisi Kedelapan, Jilid 1, 367-373, Erlangga, Jakarta.
- Guthrie, M., Kim, Hye-Shin, dan Jung, J., 2008, The Effect of Facial Image and Cosmetic Usage on Perceptions of Brand Personality, *Jurnal of Fashion Marketing and Management*, 164-181.
- Kasali, R., 1992, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Cetakan V, 82-122, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kiswalini, A., dan Nurcahya, I K., 2014, Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 1522-1534.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2001, *Dasar-dasar Pemasaran*, diterjemahkan oleh Alexander Sindoro, Jilid 2, 646, Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2008^a, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Edisi Keduabelas, Jilid 1, 179-185, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2008^b, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Edisi Keduabelas, Jilid 2, 162, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller K. L., 2006, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, Edisi Keduabelas, Jilid 1, 214-311, Indeks, Jakarta.
- Mahendra, M.M., dan Ardani, I. G. A. K S., 2015, Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 442-456.
- Mariam, S., 2014, The Use of English in Tagline of Advertisements for Products Published by Indonesian Newspaper, *Jurnal Walisongo*, 1-21.
- Mowen, J., dan Minor, C., 2002, *Perilaku Konsumen*, diterjemahkan oleh Lina Salim, Edisi 5, Jilid 1, 401-409, Erlangga, Jakarta.
- Nazir, M., 2011, *Metode Penelitian*, Cetakan VII, 54-349, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Pratiwi, F. A., 2014, Hubungan Terpaan Iklan Televisi Kosmetik Wardah dan Citra Merek dengan Minat Membeli, *Jurnal Interaksi Online*, 1-10.
- Rachmawati, M., 2014, Penguatan *Positioning* Teh Botol Sosro melalui Perubahan *Tagline*, *Jurnal Among Makarti*, 41-47.
- Ratnawati, E., dan Herlina, 2009, Pengaruh Perubahan Merek National menjadi Panasonic terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Wilayah Pemasaran Kelurahan Sumur Batu Teluk Betung Utara Bandar Lampung, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7 (4), 152-170.
- Sabdosih, Z., 2013, Pengaruh Variabel Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek L'oreal, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-19.

- Sampurno, 2011, *Manajemen Pemasaran Farmasi*, 229, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sarjono, H., dan Julianita, W., 2011, *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, 64-70, Salemba Empat, Jakarta.
- Sebayang, M. K., dan Siahaan, S. D., 2008, Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio pada Mio Automatic Club (MAC) Medan, *Jurnal Manajemen Bisnis*, **1** (3), 117-125.
- Sekaran, U., 2006, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Jilid 2, 40-248, Salemba Empat, Jakarta.
- Situmorang, J. R., 2008, Mengapa Harus Iklan, *Jurnal Administrasi Bisnis*, **4** (2), 188-200.
- Soewadji, J., 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 135, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Stefani, S., 2013, Analisis Pengaruh Iklan Televisi, *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Berlabel Halal "Wardah", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Subagyo, P., 2003, *Statistik Deskriptif*, Edisi 4, Cetakan I, 1, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sufa, F., dan Munas, B., 2012, Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap, *Diponegoro Journal of Managemen*, **1** (1), 226-233.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, 275-292, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Suyanto, M., 2005, *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*, 53-67, Andi, Yogyakarta.
- Suyanto, M., 2007, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, 141-151, Andi, Yogyakarta.
- Tiyanto, T. R., dan Mustamu, R. H., 2013, Analisis Deskriptif Strategi Bersaing pada Perusahaan Kosmetik, *Jurnal AGORA*, **1** (1), 1-11.
- Tranggono, R. I., dan Latifah, F., 2007, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, 1-8, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wibowo, A. E., 2012, *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*, Cetakan I, 35-127, Gava Media, Yogyakarta.
- Wibowo, F., dan Karimah, M.P., 2012, Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, **3** (1), 1-15.
- Wiratmo, L. B., dan Gifari, M., 2008, Representasi Perempuan dalam Majalah Wanita, *Jurnal Studi Gender & Anak*, **3** (1), 101-119.