

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda .Jakarta: Mitra Utama.
- Susanto dan Wijanarko. 2004. *Power Branding*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Arifin, Johar. 2008. *Statistik Terapan Dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Augusty, Ferdinand, 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Darno. 2007. *Efektifitas Tagline dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Skripsi. Universitas Negeri Malang.
- Durianto, Darmadi, dkk. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Insyirah, Annisa. 2017. *Skripsi: Pengaruh Budaya Perusahaan dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan PT. XYZ di Kantor Pusat, Jakarta*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity, Second Edition, Pearson Prentice Hal , New Jersey*.
- Kennedy, John dan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication Taktik & Strategi*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer

- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) "*Marketing Management*" *Twelfth Edition*, Pearson
Kotler, Philip. '2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Nuradi, et. al. 2006. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta. Royan, Frans M.2004. *Creating Effective Sales Forc*. Jakarta: Andi Offset
- Royan Frans M, (2005), *Sales Force (Meningkatkan Penjualan Dengan Rancangan Bangun Sales Force Effective)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Smilansky, Shaz. 2009. *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Universitas Indiana: Kogan Page.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*. Bandung: CV alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutrisno, Hadi, 2007. *Metodelogi Research Jilid III*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Septiyanto, Bayu, 2017. *Pengaruh Brand Ambassador, Tagline, dan Jingle Iklan Versi Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Yamaha Motor)*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Purworejo: UMP.
- Terence, Shimp. 2008. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 5*, diterjemaahkan oleh RevyaniSyahrian dan Dyah Anikasari, Jakarta: Erlangga.

Uma, Sekaran. 2006. *Research Methods For Business*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

Zulianto, Eko, 2010. Analisis Pengaruh *Tagline* dan Persepsi Konsumen terhadap *Brand Awareness Product*. Skripsi. UIN Jakarta.

Internet:

<https://www.xl.co.id/id>

<https://inet.detik.com/telecommunication/d-3918795/maudy-ayunda-gantikan-dian-sastro-jadi-wajah-baru-xl>

<https://palapanews.com/2019/05/06/laporan-kuartal-1-2019-xl-axiata-tumbuh-meyakinkan/>

<http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19373>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17468770910964993/full/html>

https://www.researchgate.net/publication/242345894_Exploring_the_impact_of_brand_image_on_customer_loyalty_and_commitment_in_China