

## DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Agus W, Soehadi. 2005. *Effective Branding*. Bandung : PT Mizan Pustaka.
- Darmadi, Durianto. Dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi kreatif dalam periklanan : konsep pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa.
- Sandra Moriarty, dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta : Kencana.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2016. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Widyatama, Rendra. 2011. *Pengantar periklanan*. Pustaka Book Publisher. Yogyakarta.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen*. Pustaka Setia. Bandung.
- Zain Hamid, Fortuna. Dan Tuti Hartati. 2014. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser dan Jingle Dalam Iklan Televisi Mentari (INDOSAT) Terhadap Brand Awareness Pada Karyawan Dilingkungan Beji Depok*. Depok.
- Abiromo, Baskoro. 2014. *Pengaruh Tagline dan Brand Ambassadors Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Yogyakarta.
- Lubis, M.Bukhari Rizky. 2018. *Pengaruh tagline terhadap brand awareness (studi pada iklan oreo dengan tagline “penuh keajaiban” di televisi terhadap masyarakat kota medan)*. Universitas Sumatera Utara. Medan. Sumatera Utara.
- Andini, Lily Puspita. 2016. *Pengaruh Persepsi Celebrity Endorse dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness konsumen pada produk Wardah dikalangan mahasiswi Uin Maliki Malang*. Malang Fakultas Psikologi.
- Chaidir, M. Cethas Prakoso. Kheyene Molekandella Boer. 2018. *Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Brand Awareness pada Masyarakat Kecamatan Samarinda*. Kota Samarinda.
- Helmi Elyardi, Aditya. 2014. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Dampaknya Terhadap Ekuitas Merek Mie Sedaap Di Kota Semarang*. Semarang.
- Harahap, Chindy Fairuz Talitha. 2016. *Pengaruh Pesan Iklan, Selebriti Pendukung, dan penggunaan Tagline iklan Di televisi Terhadap Pembentukan Brand Awareness Produk Le Minerale pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*. Medan. FE USU.
- Kholilurrohman, M. 2016. *Efektifitas Tagline Aqua dan Pengaruhnya pada Brand awareness dan Keputusan Pembelian Aqua di Kota Malang*. Malang. FE UIN.
- Kertamukti, Rama 2015. *Strategi Kreatif dalam periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Rajawali Press. Jakarta.

- Oktaviani, Puput dan Lestari, Rahayu. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorse, Tagline dan Citra Merek Terhadap Brand Awareness Konsumen Facial Foam Ponds Di SMK Ciganjur Jakarta Selatan*. Jakarta Selatan.
- Rizky Nugroho, Muhammad. 2018. *Efektifitas tagline #Dijamin Ori terhadap brand awareness E-commerce JD.ID*.
- Sufiana dan Sasmita. 2016 *jingle Iklan Televisi terhadap Brand Awareness Produk Mizone*.
- Siregar, Sofyan. 2013. *Metode penelitian kuantitatif:dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Kencana. Jakarta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabet.
- Urtati, Umi 2015. *Pengaruh Iklan Televisi dan Selebriti pendukung Terhadap Brand Awareness Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatra Utara*. Sumatra Utara.
- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180205/12/734412/nielsen-belanja-iklan-2017-tumbuh-8-tv-dominan-media-cetak-semakin-turun>
- <http://citraswalayanpedan.blogspot.com/2017/10/sejarah-singkat-citra-swalayan.html?m=1>