

## DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Abdul Rofiq, “Pengaruh Penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli kartu perdana IM3 di lingkungan mahasiswa fakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya)
- 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.
- Ainiyah, R., Nugroho, E. D., Fathurrohman, A., Ahwan, Z., Dayat, M., Wibisono, M., ... & Anam, K. (2023). *Formulasi Insektisida Nabati Kombinasi Daun Brugmansia suaveolens Bercht. & J. Presl dan Daun Swietenia macrophylla King untuk Mengendalikan Hama Hypothenemus hampei Ferr. Agrikultura*, 34(2), 218-227.
- Ambar Lukitaningsih, “Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”, *Jurnal Ekono dan Kewirausahaan* 13, No.2 (2013) : 122
- 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.
- Ardianto, Elvinaro.2012. *Komunikasi Massa suatu pengantar edisi revisi III*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi.2002. *prosedur penelitian suatu pendekatan praktik edisi revisi V*. Jakarta : Rineka cipta
- Astutik, W., & Sulhan, M. (2022). *Pelatihan kerja, soft skill dan hard skill mendorong peningkatan kinerja karyawan*. JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan), 7 (2), 9–21.
- Azwar, Saifuddin.2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka belajar
- Bahrudin, S., Munir, M., Rohmah, S. A., Saidah, I. N., Nurrochmani, A., & Ahwan, Z. (2021). *Model Komunikasi Strategis Religious Leader dalam Pengurangan Stigma dan Diskriminasi Covid-19:(Tinjauan Teori Opinion Leader Paul Lazarfield)*. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 101-114.
- Bintang Mega pratiwi, “Pengaruh dukungan selebriti, konten iklan, dan ulasan online terhadap keputusan pembelian produk pakaian dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada platform instagram di provinsi jawa tengah).
- Chaidir, M. Cethas Prakoso. Kheyene Molekandella Boer. 2018. *Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Brand Awareness pada Masyarakat Kecamatan Samarinda*. Kota Samarinda.
- Darmadi, Duriyanto. Dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Devi “pengaruh promosi penjualan, slogan produk, dan kepuasan pelanggan

*terhadap keputusan pelanggan membeli produk gas pada pt. tasya gasindo medan*". 2018

Duncan, Tom.2002. *Principal of advertising and IMC*. Internasional Edition. Edisi kedua. New york : Mcgrawhill

Durianto, Darmadi dan cecilia lima.2004.*Analisis Efektivitas iklan televisi softener soft and fresh di jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan consumer decision model*. Volume 11 No.1

Dwiatwa Bima Wisesa "Analisis citra merek, persepsi harga, dan konten iklan terhadap minat beli konsumen pada pengguna facebook kota Semarang.

Effendy, onong uchjana.2003.*Ilmu komunikasi teori dan praktek*.cetakan kesembilan belas. Bandung : PT Remaja Kosdakarya. dan.*ilmu, teori dan filsafat komunikasi*.Bandung : citra aditya Bakti.

Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus : Nora Media Enterprise,2010), 149

*Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* Diserati: Himpunan Jurnal Penelitian (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), 332.

Fikri, M. R., & Aminullah, A. (2024). Efektivitas Implementasi Program Yess dalam Perspektif Principal Agent di Kabupaten Pasuruan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 8-19.

Fitriya, I. R., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Basmalah di Gondang Wetan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 223-230.

Franks Jefkins, *Periklanan*, terj. Haris Munandar, (Jakarta: Erlangga, 1997), 15

Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*.edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

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 Sumatra Utara*. Medan. FE USU.

Hastin Widianti " *Implikatur bernuanasa pembentukan karakter dalam slogan lingkungan dan kebermanfaatannya pada pembelajaran slogan di sekolah menengah pertama*" 2019

*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.

Hesty Octafiani, & Zainul Ahwan. (2022). Assistance in Strengthening Tourism Communication Skills in The Coban Goa Jalmo Tourism Awareness Group, Cendono Village, Pasuruan Regency. *Soeropati: Journal of Community Service*, 4(2), 92-105.

- Huda, M., Fu'ad, M., Azzahra, N. E. F., & Prihastuti, N. (2021). MSMEs Competitiveness Strategies During Covid 19 Pandemic Using Technopreneurship Approach. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(2), 320-330.
- Howard, Jhon A. 1996. *buyer behavior in marketing strategy*. New jersey <https://www.gramedia.com/literasi/ciri-bahasa-iklan/>
- Ida Ayu Pradya Maha Dewi, *Efektivitas Iklan Dengan Analisis AIDA Studi pada Pengguna Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja*, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Vol.8 No.3 (2016) :9
- Jefkins, frank. 2009. *Periklanan edisi III*. Jakarta : erlanggga
- Kasali. 2007. *Manajemen periklanan, konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka utama grafiti
- Kertamukti, Rama 2015. *Strategi Kreatif dalam periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Rajawali Press. Jakarta.
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi kreatif dalam periklanan : konsep pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa.
- Khumaidi, K., & Sunarno, H. (2021). Measurement of The Quality Employment Services. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(1), 217-226.
- Kholilurrohman, M. 2016. *Efektifitas Tagline Aqua dan Pengaruhnya pada Brand awareness dan Keputusan Pembelian Aqua di Kota Malang*. Malang. FE UIN.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : PT Indeks dan *Riset pemasaran dan perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia
- Lee, Monle dan carla jonshon. 2011. *prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global*. Jakarta : kecana.
- Leonardo Budi H, "Pengaruh Sensasi Dan Repetisi Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Pada Iklan Pasta Gigi Dalam Menciptakan Proses Pembelajaran Konsumen.
- 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.
- M.A, morisson. 2014. *Periklanan, Komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : PT kecana
- Maria Yuliasuti dan Anastasia YW "Pengaruh Slogan, Model, dan Repetisi Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor pada Ibu dalam Keluarga" 2013
- Mundzir, A., Zukhriyah, A., & Sulhan, M. (2024). The Implementation of Halal Network Indonesia (HNI) Business Among Muslim and Non-Muslim Communities. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 147-157.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, dan karya ilmiah*. Jakarta: Kencana.

- Nugroho, E. D., Sururi, A. M., Ardiansyah, R., Rahayu, D. A., Ainiyah, R., Fathurrohman, A., ... & Kasiman, K. (2024). Bioinformatics Approach: Evaluating the Antiviral Potential of Flavonoid Compounds from *Phyllanthus urinaria* against Foot-and-Mouth Disease in Livestock Animals. *ALCHEMY: Journal of Chemistry*, 12(1), 42-48.
- Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106-120.
- Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106-120.
- Murtadlo, K. (2023). Perilaku petani padi terhadap risiko usahatani pada suku yang berbeda di Jawa Timur. *AGROMIX*, 14(2), 159-166.
- 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.*
- Prianto, A. (2023). *PENGEMBANGAN BUM Desa SEBAGAI INDUSTRI PROMOSI EKSPORT DENGAN PENDEKATAN NEW INSTITUSIONAL DI DESA WINONG PASURUAN PROVINSI JAWA TIMUR.* *Journal Publicuho*, 6(3), 940-958.
- Regita ayu Pranata “ efektivitas iklan televisi pt telkomsel versi slogan “paling indonesia” dalam upaya peningkatan minat beli masyarakat (studi kasus di kelurahan selili, samarinda), 2016
- Rizky Nugroho, Muhammad. 2018. Efektifitas tagline #Dijamin Ori terhadap brand awareness E-commerce JD.ID.
- Rohmah, S. A., & Ahwan, Z. (2024). Tourism Construction Model: Pengembangan Rintisan Desa Wisata Khas Suku Tengger di Kawasan Hinterland Bromo Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 125-135.
- Saladin, Djaslim.2003. *Manajemen Pemasaran.Bandung : Linda Karya Sandra Moriarty, dkk. 2011. Advertising. Jakarta : Kencana.*
- Siregar, Sofyan. 2013. *Metode penelitian kuantitatif:dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS.* Kencana. Jakarta.
- Sufiana dan Sasmita. 2016 *jingle Iklan Televisi terhadap Brand Awareness Produk Mizone.*
- Sufyan, “Analisis Efektivitas Iklan Produk Mobil Toyota Avanza di Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sekretari* 1, No. 1 (2016) : 20
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : PT Alfabet.
- Sulhan, M., Mauludin, A., & Astuti, W. (2022). Peran Work Productivity Pada Pengaruh Knowledge Sharing dan Perilaku Inovatif Terhadap Employee Performance. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(2), 204-213.
- Suwandono, M. A., Huda, M., & Ajizah, N. (2022). TRANSFORMASI UMKM

PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN PASURUAN PADA MASA  
PANDEMI COVID 19 MENGGUNAKAN  
TECHNOSOCIOPRENEUR. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 192-199.

Sujarweni, V. Wiratna. 2016. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta :  
Pustaka Baru Press

Urtati, Umi 2015. *Pengaruh Iklan Televisi dan Selebriti pendukung Terhadap  
Brand Awareness Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sumatra Utara*. Sumatra Utara.

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.