

DAFTAR PUSTAKA

- Andiyaksa, M., & Khasanah, I. (2017). *PENGARUH PESAN IKLAN, KREATIVITAS IKLAN, KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER DAN MEDIA KOMUNIKASI TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN DALAM MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PRODUK SAMPO LIFEBUOY (Studi Kasus pada Mahasiswa Undip Semarang)*.
- Dewi, N. K., Andri, G., & Yonaldi, S. (2012). *PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN VASELINE HAND AND BODY LOTION DI KOTA PADANG (STUDI KASUS DI PT. UNILEVER CABANG PADANG)*.
- Faizan, A. (2014). *PENGARUH KREATIVITAS IKLAN DAN ENDORSER TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE SEDAAP*.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2017). *Pemasaran Strategik*.
- Fauziah, N., Mansur, M., & Wahono, B. (2019). *Pengaruh Brand Equity, Keamanan, Kreativitas Iklan, terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*.
- Indrawijaya, S. (2012). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI MANIS PADA INDUSTRI KECIL DI KABUPATEN SAROLANGUN*.
- Jefri Herdiansyah. (2012). *Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC*.
- Legasari, V. E., Indarti, S., & Restuti, S. (2013). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KREATIVITAS IKLAN DAN KREDIBILITAS ENDORSER TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN DAN SIKAP KONSUMEN PADA SABUN PEMUTIH WAJAH MEREK OIL OF OLAY DI KOTA PEKANBARU*.
- Manap, A. (2017). *Revolusi Manajemen Pemasaran*.
- Mauliansyah, R. (2017). *Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa*.
- Nana Herdiana Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*.
- Nembah F.Hartimbul Ginting. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Oktavianto, Y. (2013). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA USAHA MIE AYAM PAK AGUS DI KOTA BATU*.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). *PEMBELIAN, PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN (STUDI KASUS PADA KEDAI BONTACOS, JOMBANG)*.
- PERMADI, P. C., KUMADJI, S., & KUSUMAWATI, A. (2014). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP WORD OF MOUTH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang)*.

- PUTRI, D. E., & ARTARIA, F. (2019). *PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN KOMUNIKASI WORD-OF-MOUTH DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN WAJAH MEREK WARDAH KONSUMEN WANITA KOTA JAMBI*.
- Rahayu, P., & Edward, M. (n.d.). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SMARTFREN ANDROMAX (studi pada mahasiswa kampus ketintang Universitas Negeri Surabaya)*.
- Sujarweni, W. (2019). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Pers.
- Suwandi, A. R., & Septrizola, W. (2015). *PENGARUH IKLAN DAN PERILAKU Mencari VARIASI TERHADAP BRAND SWITCHINGKARTU SELULER PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG*.
- Taniredja, T., & Hidayati Mustafidah. (2014). *Penelitian Kuantitatif*.
- Verantika Ayuning Putri. (2017). *PENGARUH IKLAN TELEVISI, IKLAN ONLINE DAN IKLAN CETAK TERHADAP KESADARAN MEREK*.
- Veronika. (2016). *PENGARUH IKLAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN, DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*.
- Widjojo, H., Widjaja, S., Poniman, R., Handoko, R., Wibowo, A. I., Hartono, Y., Sari, F. M., & Oktaviana, F. (2017). *Sari - sari Pemasaran & Aplikasinya di Dunia Bisnis*.
- Wulandari. (2009). *ANALISIS PENGARUH KREATIFITAS IKLAN DAN KREDIBILITAS ENDORSER TERHADAP EFEKTIFITAS IKLAN SERTA IMPLIKASINYA PADA SIKAP TERHADAP MEREK (Studi Pada Iklan Televisi PT Djarum Di Kota Semarang)*.
- Yuliana, R. (2013). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR MATIK BERUPA SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SEMARANG*.