

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiromo, Baskorohito. 2014. *Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Karu Perdana Simpati ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*, Skripsi Univeristas Negeri Yogyakarta.
- Andini,L.P.2016. *Pengaruh Persepsi Celebrity Endorse Dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Wardah Dikalangan Mahasiswi Uin Maliki Malang*, Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Aprilia,Debby.2018, *Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Wardah Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi (SI) Fisip Universitas Medan Area)*, Skripsi Universitas Sumatera Utara.
- Durianto,Darmadi,Dkk. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta, Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Kholilurrohman,M.2016. *Efektifitas Tagline Aqua Dan Pengaruhnya Pada Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Aqua Di Kota Malang*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Kotler, Philip& Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*.Edisi Kedua Belas Jilid 1. Diterjemahkan Oleh: Benyamin Molan. Jakarta, Pt Indeks.
- Kotler, Philip.2005, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2*. Diterjemahkan Oleh: Drs.Benyamin. Jakarta, Pt Indeks Kelompok Gramedia.
- Lubis, M. Bukhari Rizki. 2018. *Pengaruh Tagline Dan Jingle Iklan Terhadap Pembentukan Brand Awareness ( Studi Pada Iklan Oreo Dengan Tagline “ Penuh Keajaiban” Dan Jingle Bayangkan Ku Beri Oreo” Di Televisi Terhadap Masyarakat Di Kota Medan)*”. Skripsi Universitas Sumatera Utara.

- Morissan,2010.*Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta, Kencana
- Prasetyo,Panji Eka.2016. *Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XL Axiata Di Pelajar Dan Mahasiswa Yogyakarta)*, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prof.Dr.Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung, Cv Alfabeta
- Rarasari, Meldha Praticha, Muslichah Erma, dan Enny Istanti. *Jurnal Manajemen. Pengaruh iklan televisi, celebrity endorse dan tagline terhadap kesadaran merek sampo pantene di surabaya*. Branchmark Vol 4 Issue 1, 76-85.
- Roykhanah, Siti. 2018, *Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya*, Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Surabaya.
- Sabrina, Nisa, Azwar Dan Nidia Sofa. 2017. *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Iklan Wardah Versi Dewi Sandra (Studi Kasus Mahasiswi Uin Jakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)*. Epigram Vol. 14, 143-151
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta, Pustaka Baru Press.
- Suryani, Dan Hendrayardi.2015. *metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam*. Jakarta, Premanadamedia Group.
- Zulianto,Eko.2010, *Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline Dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk (Studi Kasus Pada Iklan Coca Cola)*, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Internet :

Arithanugraheni. 7 Desember 2016. *Rimba kosmetik di era digital*.

<https://aritanugraheni.wordpress.com/2016/12/07/rimba-kosmetik-di-era-digital/> . (accessed 8 Juni 2019)

Fitriani, Aminah. 18 Maret 2018. *Analisa visi & misi perusahaan: PT. Paragon technology and innovation, PT. Angkasa pura II & pt. Telkom*.

<https://afitrianiw.wordpress.com/2018/03/18/analisa-visi-misi-perusahaan-pt-paragon-techonology-and-innovation/>. (accessed 8 Juni 2019)

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, 2018. *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>. ( Accessed 31 Januari 2019)

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, *Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampau Pertumbuhan Ekonomi*.

<https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampau-Pertumbuhan-Ekonomi>. ( Accessed 31 Januari 2019)

<https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>. (accessed 8 Juni 2019)

<https://www.wardahbeauty.com/list-product>. (accessed 8 Juni 2019)

Pramita, Eka wahyu pramita, 22 januari 2019. *Kosmetik Halal Tak sekadar*

*Slogan*, <http://www.jurnas.com/artikel/47119/Kosmetik-Halal-Tak-Sekadar-Slogan/>. ( Accessed 9 februari 2019)

Triwijanarko, Ramadhan. 24 November 2017. *Influencer Marketing lebih penting dari Brand ambassador*. <http://marketeers.com/influencer-marketing-lebih-penting-dari-brand-ambassador/>. ( accessed 22 juni 2019).