

DAFTAR PUSTAKA

- Aeker, David.2013.Manajemen Pemasaran Strategi.Edisi Kedelapan.Salemba Empat:
Jakarta
- Darno.2017.Efektifitas *Tagline* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Pada
Mahasiswa Pengonsumsi Produk Rokok, Minuman The dan Minuman
Bersoda).Vol.1.No.2.Universitas Negeri Semarang: Semarang
- Kari, Abdul.2019.Pengaruh *Tagline* Iklan Versi “Axis Hits Bonus” dan *Brand
Ambassador* Terhadap *Brand Awareness* Kartu Axis (Studi Pada
Mahasiswa STIE Amkot Makasar).Vol.1.No.1.STIE Amkot: Makasar
- Kotler, Philip. Keller, K Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 dan 2.
Erlangga: Jakarta
- Kotler, Phlip dan Amstrong.2016.*Principle Of Marketing*.Jilid I. Erlangga: Jakarta
- Moriarty, Sandra.dkk.2011.*Advertasing*.Kencana Prenada Media Group: Jakarta
- Oktaviani, Putrid dan Rahayu, Lestari.2017.Pengaruh *Celebrity Endorser, Tagline*
dan *Citra Merek* Terhadap Kesadaran Merek Konsumen Facial Foam
Ponds Di SMK Al- Makmur Ciganjur Jakarta Selatan.
Vol.13.No.2.Universitas Nasional: Jakarta
- Rahmani, Najmi dan Putri, Berliana.2020.Pengaruh *Tagline #Semaunyasemaunya*
Terhadap *Brand Awareness* By. U Pada Followers Instagram
By.U.Vol.7.No.2.Universitas Telkom: Bandung
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah.2013. Perilaku Konsumen.Andy: Yogyakarta
- Saputri, Desi.Mulyatini, Nurdiana dan Basari, Moh Aziz.2020.Pengaruh *Tagline* dan
Brand Ambassador Terhadap *Brand Awareness* (Studi Pada Produk

Motor Yamaha di PT. Bahana Cahaya Sejati Semarang).Vol.2.No.4.
Universitas Galuh: Semarang

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian. Alfabeta : Bandung

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian. Alfabeta : Bandung

Surachman.2014.Dasar – Dasar Management Merek.Bayumedia: Malang

Tjiptono, Fandy.2008.Strategi Pemasaran. Edisi III. CV. Andy Offset: Yogyakarta