

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, Nurul. 2015. Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya. Vol 2. No 7. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan (JESTT). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Arisandi, Debby. 2017. Pengaruh Humor Appeals Terhadap Brand Awareness Pada Iklan Televisi. Vol 18. No 1. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis. Universitas Universal Batam, Indonesia.
- Artha, I Putu Hery Pratama. 2016. Product Strategy And Promotion In Creating Brand Awareness And Consumer Loyalty. Volume 13. No 3. Jurnal Manajemen & Bisnis.
- Ekawati, Sanny Dan Yoga Aryadirda. 2015. Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Planet Popcorn Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta. Vol XX. No 3. Jurnal Ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
- Gunawan, Fitri Anggraini. 2014. Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pong's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. Vol 2. No 1. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra
- Hartini, Sri. 2016. PENGARUH NILAI INFORMASI DAN DORONGAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Amir Hamzah Medan). Volume 02 Nomer 02. Jurnal Akutansi Dan Bisnis. FE. Universitas Amir Hamzah Medan.

- Hasbun, Budiharto Dan Endang Ruswanty. 2016. Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). Volume 2. No 1. Journal Of Business Studies. Esa Unggul University.
- Husni, Achmad Rifqi. 2010. Analisis Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Attitude Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Diponegoro). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Lopiyoadi, Rambat dan Ridho Bramulya Ikhsan.2015.Praktikum Metode Riset Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.
- Muthohar, Muchsin Dan Amin Ramadhan Triatmaja. 2013. Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen. Vol 19. No 1. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Nasir, Moech. 2016. Analisis Pengaruh Bintang Iklan Dan Jingle Iklan Terhadap Daya Ingat Konsumen Produk “Vaseline Men” (Studi Kasus Pada Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo). Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pratiwi, Wayan Arisna Dan Gede Bayu Rahanatha. 2016. Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar. Vol 5. No 12. E-Jurnal Manajemen Unud. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali Indonesia.
- Purnaningwulan, Ratih Desianita. 2015. Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk Revlon Dengan Motivasi Konsumen Wanita Dalam Melakukan Pembelian Produk Di Mall Surabaya. Vol 4, N0 2. Commonline Departemen Komunikasi.

- Qantrianto F.H.H, Prihatin, T.P.H, Dan Emiliana, S.P. 2013. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Kecap Manis Merek ABC (Studi Konsumen Swalayan ADA Siliwangi Semarang). Vol 1. No 1. Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi Dan Bisnis. Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
- Rahmawati , Nur. 2013. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. Vol. 1. No. 1. eJournal Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarm
- Rosi, Fatchur Dan Anik Lestari Andjarwati. 2013. Analisis Perbandingan Pengaruh Endorser Terhadap Sikap Pada Merek Shampo Sunsilk Dan Shampo Pantene. Volume 1. Nomer 1. Jurnal Ilmu Manajemen. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Sasmita, Jessica Lidya. 2015. Pengaruh Advertising Appeal, Attitude Toward Brand, Dan Attitude Toward Advertising Terhadap Variabel Brand Preference Pada Obyek Iklan Popmie Edisi Gadis Hongkong. Vol 3. No 2. AGORA. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra.
- Sari, Indah Permata Dan Tony. 2013. Brand Awareness Audience Terhadap Daya Tarik Humor Dalam Televisi Iklan Axis Versi Kembalian Lima Ratus. Vol V. No 1. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.
- Sufa, Faela. 2012. Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost Di Sekitar Kampus Undip, Tembalang). Volume 1. Nomer 1. Diponegoro Journal Of Management. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Alfabeta. Bandung

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Alfabeta. Bandung

Suwito. 2013. Analisis Gaya Bahasa Iklan Televisi. Jurnal Nosi. Volume 1. Nomer 4. Magister Pendidikan Bahasa.

Trihendradi, C. 2012. Step By Step Spss Analisis Data Statistik, Andi, Yogyakarta

Wibowo, Setyo Ferry. 2012. Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). Vol 3, No 1. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

<http://industri.bisnis.com>. 22:11 wib, 09 juli 2017

<http://databoks.katadata.co.id> . 17.00 wib, 10 juli 2017

<http://www.topbrand-award.com> . 21.00 wib, 9 juli 2017

<https://www.youtube.com/user/SehatAQUA>.09:50 wib, 21 mei 2017