

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziza, Dhiyaa Nadhifa Et. All. 2018. “Mengevaluasi Pengaruh Iklan Youtube Terhadap Niat Pembelian Pelanggan Muda”. Atlantis Press. Vol. 72.
- Bramantyo, Husni. 2017. “Engaruh Advertising Value Pada E-Commerce Melalui Aplikasi Mobile Terhadap Keputusan Membeli (Analisis Regresi Linier Sederhana Pada Pengguna Aplikasi Sale Stock Toko Baju Online)”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Kurnyawati, Melynda Dyah Et. All. 2014. “Pengaruh Iklan Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi (Fia) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2012-2013 Yang Menggunakan Produk Sabun Mandi Merek Lifebuoy)”. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 16, No. 1.
- Maharani, Nabilah Ika. 2020. “Pengaruh Online Video Advertising Terhadap Purchase Intention Dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening”. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Manajemen. Universitas Islam Negeri. Malang.
- Retnoningrum. 2020. “Peran Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Dalam Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over”. Surakarta Management Journal. Vol. 2, No. 1.
- Sahjati, Alif. 2018. “Analisis Pengaruh Iklan, Brand Ambassador Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Produk Xl Di Kota Semarang”. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Manajeme. Universitas Diponegoro. Semarang.

Setiawan, Budi. 2019. "Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian". Jurnal Aplikasi Ekonomi. Vol. 1, No. 1.

Slamet, Hatmi Pratiwi Cahyani Et. All. 2019. "Pengaruh Iklan Pop-Up Youtube Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening". E – Jurnal Riset Manajemen. Vol. 8, No. 16.

Wibowo, Setyo Ferry Dan Maya Puspita Karimah. 2012. "Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)". Rnal Riset Manajemen Sains Indonesia. Vol. 3, No. 1.