

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi dan Irandoust. 2013. *The Importance Of Advertising Slogans And Their Proper Designing In Brand Equity. Internasional Journal Of Organizational Leadership*. Vol 2. No. 2. ISSN : 2345-6744.
- Alwi,dkk. 2016. *Kamusbesarbahasa Indonesia edisiketiga*. Jakarta :BalaiPustaka.
- Angraini, Yuli. 2015. *Stylistics Analysis OfRussian Advertising Slogans. Journal Anglo-Saxon*. Vol 6. No. 2.ISSN : 2301-5292.
- Ardiansyah, dkk. 2015. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan (Survey Terhadap Iklan Honda Versi Band Nidji “One Heart”).*Jurnal administrasi bisnis*. Vol 23. No. 2. ISSN : 2085-1979.
- Bimantoro dan Herawati. Pengaruh Frekuensi Melihat Iklan Floating Terhadap Tingkat Kesadaran Merek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 8. No. 2.
- Chairil, dkk, Pengaruh Tagline Iklan YAMAHA “Semakin di Depan” terhadap Kesadaran Merek pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 06. No. 1. ISSN : 2502-5961.
- Dharmesta dan Swastha, Basu. 2012. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE Gajah Mada University.
- Ernestivita, Gesty. 2017. Mengukur Efektivitas Tagline Iklan Televisi Minuman Ringan The Botol Sosro Dengan Metode Customer Response Index (CRI) (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan 2014).*Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. Vol 11. No. 2. ISSN : 1907-7513.
- Furchan, Arief. 2011. *PengantarPenelitianDalamPendidikan*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori danAplikasi Sembilan KunciKeberhasilanBisnisJasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, danKepuasanPelanggan*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *MetodeRisetuntukBisnisdanEkonomi*. Jakarta :Erlangga.

- Kusumawati, Indriani. 2011. Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan :Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*. Vol 3, No. 1, ISSN: 2085-0972.
- Liwe, Farli. 2013. Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 1, No. 4, hal. 2107-2116. ISSN : 2303-1174.
- Muhidin. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi Dan Jalur Penelitian*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta :Penerbit Kencana.
- Pranata Regita, 2016. Pengaruh Iklan Televisi PT Telkomsel Versi Slogan “Paling Indonesia” dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Kelurahan Selili, Samarinda). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 4, No. 4, hal. 254-266. ISSN : 2502-597.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta :Mediakom.
- Riduwan. 2010. *Metode Dan Teknik Menyusun Thesis*. Bandung :Alfabeta.
- , 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung :Alfabeta.
- Rofiq, dkk. 2009. Peranan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Telepon Seluler. *Jurnal Manajemen*. Vol 13, No. 4, hal. 1-14. ISSN : 2086-0390.
- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sanjaya, dkk. 2016. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Obat Tolak Angin di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*. Vol 14, No. 2, hal. 1-13. ISSN : 2086-5031.
- Septindo dan Herawati. 2013. Pengaruh Program Green Advertising Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Setiadi, J, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta :Salemba Empat.

- Suliyanto. 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Susilo dan Samuel. 2015. Analisa Pengaruh Emotional Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness pada Produk Dove Personal Care Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 9, No. 1, hal. 23-34. ISSN : 1907-235X.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Syahrumdan Salim. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Citapustaka Media.
- Timpal, dkk. 2016. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Attitude Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Siswa SMA Dan SMK Di Kota Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol 16, No. 01. ISSN : 0853-6708.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibowo. 2017. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yellow Truck Cabang Sunda Bandung Tahun 2017). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 3. No. 2. ISSN : 2442-5826.
- Yudhiartika dan Haryanto. 2012. Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intense Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's. *Jurnal Bulletin Studi Ekonomi*. Vol 17, No. 2, ISSN : 1410-4628.