

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, I.M. 2020. *Pengaruh Social Media Marketing dan Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan
- Andrologi, F. 2014. *Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dan Dampaknya pada Brand Equiti*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Baskorohito, A. 2014. *Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kkartu Perdana Simpati*. Skripsi Pada Program Studi Manajemen FE Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak Diterbitkan.
- Chaidir, M., Prakoso, C. T., & Boer, K. M. 2018. *Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu Di Kota Samarinda*. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 393.
- Dian, et al. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Bnadung. CV. Media Sains Indonesia
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. 2014. *Brand Equity Tren, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dzikra, A. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador, Tagline Dan Persepsi Kualitas Terhadap Brand Awareness Produk Pond’s (Pada Masyarakat Kec. Ujungbatu Kab. Rokan Hulu)*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fadhilah, A. 2017. *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion*. *Jurnal MIX*. 5(2). 188-205. Diakses tanggal 02-06-2015
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S. &Purnama, N.I. 2019. *Dimensi Socisl Media Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk UMKM Di Wilayah Boyolali Dengan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis*. 11(1). 53-68. Diakses tanggal 30-12-2019
- Firmansyah, M Anang dan Mahardika, Budi W. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Deepublish.
- Firmasnyah, Anang, M. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Godey, Bruno, dkk. 2016. *Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Costumer Behavior*. *Journal of Business Research* 09 (2016) 5833-5841.
- Hasibuan, M. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.

- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Grasindo
- Hikma Niar, *et.al*. 2022. *Dasar-Dasar Manajemen (Suatu Pengantar)*. Bandung : CV MEDIA SAINS Indonesia
- Hootsuite (We Are Social): *Indonesia Digital Report 2022*. (2022). Tersedia : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Juhari Tianotak, J. 2019. *Makna Tagline 'Menjadi Yang Terbaik' Iklan Telkomsel Versi Pilot Papua Riko Kabak*. Jurnal Magister Ilmu Komunikasi. 5(1). 49-102. Diakses tanggal 29 Maret 2019.
- Kader, M. A., Mulyatini, N., & Setianingsih, W. (2019). *Model pemasaran digital marketing FB_ads dan email marketing dalam meningkatkan volume penjualan*. Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen, 5(2), 299-305.
- Karim, A. 2019. *Pengaruh Tagline Iklan Versi "Axis Hits Bonus" Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Kartu Axis (Studi Pada Mahasiswa STIE Amkop Makasar)*. Movere Journal. Volume 1 No. 1 Januari 2019 Hal 1-3. ISSN 2656-2790.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep pesan, media, branding, anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kholilurrahman, M. 2016. *Efektivitas tagline aqua dan pengaruhnya pada brand awareness dan keputusan pembelian aqua di kota malang*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. 2019. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity*. JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam). 7(1). 33-37. Diakses tanggal 01-01-2019
- Lifia, S.D. 2021. *Pengaruh Tagline dan Jingle Iklan Terhadap Brand Awareness*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan
- Muhfizar, *et.al* 2021. *Pengantar Manajemen (Teori Dan Konsep)*. Bandung : CV Media Sains Indonesia
- Musnaini, *et.al*. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Solok : CV Insan Cendikia Mandiri
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Doni Juni 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Prihantini, Ainia. 2015. *Master Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Rahardian, M., Kusumawati, A., & Irawan, A. 2019. *Pengaruh Tagline Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Program Sarjana Pengguna Smartphone Oppo F3 Plus Di Universitas Brawijaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis. 75(1). 1 Oktober 2019.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Ratminto, dkk. 2017. *Pelayanan Prima : Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. Yogyakarta: UGM Press.
- Roymon, P. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang : Penerbit Sukarno Pressindo
- Salamah, N. H., Triwardhani, D., & Nastiti, H. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce Hijup*. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi 2(1). 249-269.
- Satrio A. & Genesis S.D. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing dan Tagline terhadap Brand Awareness pada Pattern X Medan*. Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA). Universitas Pelita Harapan, Kampus Medan.
- Setiawan, Budi. 2015. *Peluang Usaha Budidaya Jahe*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sudarsono, H. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember :CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2013. *Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung, Penerbit: Bandung Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2015. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Penerbit: Bandung Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2016. *Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung, Penerbit: Bandung Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2017. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Penerbit: Bandung Alfabeta CV.
- Suhardi, Dr. (Cand). 2018. *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta: PENERBIT LIBERTY
- Swasty, Wirania. 2016. *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syah, Roni. 2019. *Pengaruh Jingle Dan Tagline Iklan Teh Botol Sosro Terhadap Brand Awareness Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Tarwendah, I. P. 2017. *Studi Komparasi Atribut Sensoris Dan Kesadaran Merek Produk Pangan*. Jurnal Pangan dan Agroindustri, 5(2). 66-73. 25-10-2017.
- Tatar, S.B. & Erdogmus, I.E. 2016. *The Effect of Social Media Marketing on Brand Trust and Brand Loyalty for Hotels*. *Information Technology & Tourism*. 16(3): 249-263.
- Top Brand Award. 2022. *Mie Instan Dalam Kemasan Bag*. Top Brand Award (Online). Tersedia : <https://bit.ly/3k2oF9N> . [14 Desember 2022]
- Yulianto, Y. 2022. *Penerapan Unsur-Unsur Manajemen Di Rudi Aurel (Ra) Point Swalayan & Dept Store Metro Daam Perspektif Manajemen Bisnis Islam*. Al-Wathan: Jurnal Ilmu Syariah, 3(01), 1-50

Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. 2017. *Pengaruh social media marketing terhadap brand trust pada followers instagram dompet dhuafa cabang yogyakarta*. Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam, 1(2), 279-294.

