

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, S. et. al. 2022. *Digital Marketing Strategy : online Marketing Approach*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia
- Amri, S. et. al. 2022. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Nusa Tenggara Barat : Seval
- Anshori, A. 2018. *Pengaruh Tagline dan Celebrity Endorse terhadap Brand Awareness Konsumen pada Produk Downy Di Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Uin Suska Riau. Tidak diterbitkan
- Bayu, I. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador, Tagline, dan Jingle Iklan Televisi terhadap Brand Awareness (Studi Pada Pengguna Produk Yamaha Motor)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Ump. Tidak diterbitkan
- Harto, B. et. al. 2021. *Dasar Manajemen Bisnis*. Batam : Yayasan Cendekia Mulia Mandiri
- Hizkia, C. 2022. *Pengaruh Jingle Iklan dan Tagline terhadap Pembentukan Brand Awareness (Studi Pada Jingle "Shopee Shark Challenge" Se-Indonesia" di Televisi Terhadap Masyarakat di Kota Samarinda)*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman. Vol 10 (4), 279-289. Tersedia: <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/9033>
- Ismania, Y. dan Salman. 2022. *Pengaruh Daya Tarik Jingle Iklan Terhadap Brand Awareness Nivea Men Cream*. Jurnal Mahasiswa ITB. Vol 8 (1), 1-14. Tersedia: <http://alumni.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/296>
- Ismiyadi, A. 2022. *Pengaruh Tagline dan Jingle Iklan Terhadap Pembentukan Brand Awareness*. Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial. P-ISSN 2502-4049. E-ISSN:2598-781X, Vol 7 (2). Tersedia: <https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialetika/article/view/1084>
- Junaidi. 2010. *Tabel Persentase Distribusi t*. Tersedia : <http://junaidichaniago.wordpress.com>
- _____. 2010. *Tabel Persentase Distribusi f*. Tersedia : <http://junaidichaniago.wordpress.com>

- Kumparanbisnis. 2022. *Kemepriin : Industri Kosmetik Sumbang PDB 1,78 Persen di Kuartal II 2022*. Tersedia: <https://m.kumparan.com/kumparanbisnis/kemenprin-industri-kosmetik-sumbang-pdb-1-78-persen-di-kuartal-ii-2022-1z7P6ATCTMI>
- Nurdiansyah, H., dan Rahman, S., R. 2019. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Diandra Kreatif
- Pratama, Rheza. 2020. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Saputri, D., Mulyantini, N., Basari, A. 2020. *Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol 2 (4), 80-92. Tersedia: <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/4056/3609>
- Sarwani, H. 2022. *Manajemen Budaya Organisasi UMKM*. Surabaya : Cipta Media Nusantara
- Sholikah, A. 2021. *Manajemen Pemasaran : saat ini dan masa depan*. Cirebon : Insania
- Sudarso, A. et. al. 2021. *Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methode)*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sukma, B., dan Rivaldo. 2022. *Pengaruh Tagline terhadap Brand Awareness pada Software Invoice Paper*. *Id. Jurnal Pustaka Komunikasi*. Vol 15 (1), 15-24. Tersedia: <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1705>

Syah, R. 2019. *Pengaruh Jingle dan Tagline Iklan Teh Botol Sosro terhadap Brand Awareness*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Uin Suska Riau. Tidak diterbitkan

Wahyu, M. 2022. *Pengaruh Tagline Gratis Ongkir dan Iklan Youtube dari Shopee terhadap Brand Awareness*. Jurnal Manajemen. P-ISSN:2722-9475. E-ISSN:2722-9467, Vol 3 (3). Tersedia: <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/download/1849/1411>

