

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Sopyan. 2018. *Pengaruh iklan humor terhadap Brand Awareness (Studi televisi versi "Nyatanya Pas"*. Skripsi pada program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya.
- Bilal M,K dan Saima K. 2013. *Effect humorous advertising on Brand recognition, The IUP Journal of Brand Management, vol X, No. 1.*
- Chang, Y.Y & Bandyopadhyay, S. 2014. *The impact of American Advertising Humor On Taiwanese Consumers. Business and Economics Research. 13(1).* 93-102
- Cilacap Klik. 2023. *Pengertian dan jenis-jenis iklan menurut Para Ahli*. Tersedia di: <https://cilacapklik.com/2021/03/pengertian-dan-jenis-jenis-iklan-menurut-para-ahli.html> (04 Januari 2023)
- Danang Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- David A, Aaker. 2021. *Manajemen pemasaran. Pendekatan Praktis dengan Teori-teori para ahli*. Jakarta : Atalya Rileni Sudeco.
- David, Ogilvy. *Ogilvy on Advertising*. Singapore:Published in the United.
- Ericho Prasetya Adi, 2016. *Pengaruh kreatifitas iklan, Unsur humor, dan Kualitas pesan iklan terhadap efektifitas iklan televisi Aqua "Versi Ada Aqua"*. Skripsi pada program studi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- El-Tazy G. W & Dinana, H.O. 2018. *The impact Of humororus Adversting On Costumers buying, Word of mouth and Recall. Bessiness and Retail Management Reseach. 12(2).*201-211.
- F, Anang dan Budi, W, M. April 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Farida, Lamsah & Periyadi. Desember 2019.*Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

- Fajar Ifantri. 2019. *Perancangan video promosi kedai kopi abu amad sebagai upaya meningkatkan Brand awarnes*. Tugas akhir pada program studi Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
- Gramedia Blog. 2021. *Manajemen pemasaran: pengertian, fungsi, tujuan tugas dan konsep*. Tersedia di: <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran> (30 Desember 2022)
- Harman Malau.2017. *Manajemen pemasaran teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. Bandung : Cetakan kesatu penerbit Alfabeta.
- Hasibuan M.2014. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Edisi Revisi: Jakarta : Penerbit PT Bumi Aksara.
- H, Buchari Alma.2014. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung : Cetakan kesebelas. Penerbit ALFABETA CV
- H, Buchari Alma. 2021. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung : Cetakan keempatbelas. Penerbit ALFABETA CV
- Keller, Kevin Lane.2020. *Strategic Brand management: Building, measuring, and managing Brand equity fifth edition*. Edisi kelima, Penerbit United Kingdom.
- Kotler, p. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi milenium. Jakarta:Prehalindo.
- Martin et al. 2014. *Gender roles and humor in advertising : the occurrence of streotyping in humorous and nonhumorous advertising and its consequences for adversiting effectiveness*. Jurnal of advertising. Vol.43, No.3 July-october 2014, Pp. 256-273.
- Mulyadi dan winarso widi. 2020. *Pengantar Manajemen*. Puwokerto : penerbit CV.Pena Persada
- Ngatno. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Semarang:EF Press Digimedia.
- PPM SoM. 2022. *Bidang Manajemen: Penjelasan dan Contoh*. Tersedia di: <https://ppmschool.ac.id/bidang-manajemen/> (29 Desember 2022)
- Purnawaningwulan,M. M. 2016. *Daya Tarik pesan iklan humor*. Humaniora. 10(1)
- Philip Kotler.2018.*Manajemen pemasaran edisi13 jilid 2*. Jakarta : Penerbit Erlangga

Pritta Nandita.2015.*Hubungan Iklan Tv menggunakan Pendekatan humor dengan kesadaran konsumen terhadap merek.*Jurnal Ilmiah Studi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Protect & Gamble. 2023. *Official Website.* Tersedia di <https://id.pg.com/> [15-06-2023]

Quora.2019. *mengapa bisnis diseluruh Dunia menghabiskan sejumlah besar uang hanya untuk Iklan?.* Tersedia di <https://id.quora.com/Mengapa-bisnis-di-seluruh-dunia-menghabiskan-sejumlah-besar-uang-untuk-iklan> [14-8-2023 pukul 23.33]

Top Brand Award. 2022. *Official Website.* Tersedia di https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=473&tahun_awal=2022&tahun_akhir=2022&brand1=Dove&brand2=L'Oreal&brand3=Pantene&brand4=Rejoice&brand5=Sunsilk [14-8-2023 pukul 8:16)

Agung Tri Putranto, ST., M.M. 2020. *Manajemen Pemasaran : Strategi & analisis Pesaing.* Banten : Penerbit CV.AA. RIZKY

Rath, S., dan Mohapatra, M,S., 2013. *Brand recognition and advertising effectiveness: study of youth responses for select print advertisements, the journal contemporary management Research, vol 8 Issue No.2 ,p. 82-88.*

Rayburn D. Tousley.2018. *Manajemen pemasaran.* Semarang : Ef Fresh Digimedia

*Rejoice.*2022.*Official Website rejoice.* Tersedia di <https://www.rejoice.co.id/id-id> [15-06-2023]

Riduan Tobik, dkk. 2021. *Manajemen pemasaran, pendekatan praktis dengan teori-teori para ahli.* Jakarta : Atalya Rileni Sudeco.

Silvia & Febrianto.2014. *Pengaruh penggunaan humor dalam iklan terhadap Brand recognition (studi iklan televisi djarum seri 76 "jin" pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas atmaja jaya Yogyakarta).*Jurnal Ilmiah Studi fakultas ekonomi universitas atmaja jaya Yogyakarta

Siti Aisyah, dkk. April 2021. *Dasar-Dasar Periklanan.* Medan : Cetakan 1. Penerbit Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono.2014. *Metode penelitian Manajemen.* Bandung : Cetakan kedua. Penerbit ALFABETA,CV.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: Alfabeta

- _____.2012. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____.2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta .
- _____.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____.2018. *Metode Penelitian kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV.Alfabeta.
- _____.2019. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Youtube Rejoice Indonesia. 2022. *Rejoice rich 3in1 X Kiky Saputri #Rambutnodrama*.
Diakses pada <https://youtu.be/kz6qkaxY4h8> [Desember 2022]
- Yong Zhang. 2013. *Responses to humorous advertising : the moderating effect of need for cognition. The journal of advertising vol.25 – issue 1.*

