

## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Hanfan (2017). *Mengeskplorasi Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Sikap Terhadap Merek*.

Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Auditya Herdana (2015). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance*.

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

A . Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi dan aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. (Edisi 5). Jakarta: Erlangga.

Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Auditya Herdana (2015). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance*.

Christin Susilowati dan Rahma Tiara Hakim (2013). *Pengaruh Presepsi Iklan, Kesadaran Merek, Citra Merek Terhadap Sikap Pada Merek dan Keputusan Pembelian*.

Durianto (2001). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Fitri Anggraini Gunawan dan Diah Dharmayanti, S.E., M.Si (2014). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variable Intervening*.

Favian Firwan Firdaus (2015). *Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan promosi periklanan Terhadap keputusan pembelian Handphone samsung*.

Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gonyeng Publishing.

Herma Yunitasari, S.E dan Ahyar Yunitwan, S.E, M.Si (2006). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek*

Hermawan, A. (2013). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kartajaya, H. (2010). *Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan A. (2012). *Principles of Marketing (Fourteenth)*. Prentice Hall International: New Jersey.

- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (ke 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, A. G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (ke 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (ke 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary* (ke 1). (2003). *Dasar-dasar Pemasaran Jakarta*: PT. indeks Gramedia.
- Stanton William J, M. J. E. and bruche J. W. (2006). *Fundamentals of marketing, Tenth Edition*. New York.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. (Revisi). Jakarta : kencana: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhandang, K. (n.d.). *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, produk, dan kode etik*. Bandung: Nuansa.
- Shahrokh (2012). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Jakarta: Erlangga
- Siti Fatimah (2014). *Pengaruh Kesadaran Merek , Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen AL Yasini Mart Wonorejo*
- Websindo (2019). *Data Pengguna Digital 2019*
- Wahyu Erdalina dan Susi Evanita (2014). *Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek citra hand and body lotion di pariaman*
- Yokanan Alfa Dinata dan Fullchis Nurtjahjani (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Piring Sunlight*
- Stanton William J, M. J. E. and bruche J. W. (2006). *Fundamentals of marketing, Tenth Edition*. New York.