

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abidin, Yunus. (2015). *Pembelajaran Bahasa Berbasis Pendidikan Karakter*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Basu, Swastha, 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Burhan, Bungin. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*, Kencana: Jakarta.
- Hackley, Chris. (2005) *Advertising and Promotion Communicating Brands*. London: Sage Publications Ltd.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta. Jakarta.
- Moriarty, Sandra., Mitchell, Nancy, dan Wells, William. (2011). *Advertising*. Edisi kedelapan, Diterjemahkan oleh: Triwibowo B.S, Penerbit: Kencana Prenada Media Group.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran* edisi ke 12 Jilid ke 1. New Jersey, Indeks.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit: Indeks.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, Ujang, 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.

Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan: Agar Tepat Kena Sasaran*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Book Publisher.

## **JURNAL**

Siti Fatimah, 2014. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol.1 No.2, Hal.52.

Annisa Amalina, 2016. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone @Mizoneid). *Jurnal Ilmu Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya* 2016 Vol.4, Hal.3.

Nuniek Tri Yuntanti, Agus Suroso, Refius Pradipta Setyanto, 2019. Pengaruh Faktor Ciri Kepribadian Dan Kepribadian Merek Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* Vol.21 No 1 Hal.6.

## **WEBSITE**

<https://addisurya.wordpress.com>, diakses pada 2 september 2020.

<http://www.indomie.com/img/icon/logo-indomie.png>, diakses pada 2 september 2020.

[https://www.youtube.com/watch?v=6Ff\\_\\_tT54x4](https://www.youtube.com/watch?v=6Ff__tT54x4), diakses pada 2 september 2020.