

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2017. *Brand Equity*, United States of America: The Free Press.
- Arens, W. F., & Weigold, M. F. (2022). *Contemporary advertising* (12th ed.).
- Ambarwati dkk (2023). Pengaruh Iklan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro Dengan Mediasi Kesadaran Merek.
- Aziz, M. L., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleground Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 43–52.
<https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.326>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2014). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (10th Edition). McGraw-Hill Education.
- Belk, R. W. (2017). *Consumer behavior* (11th ed.). Routledge.
- Durianto, D., & Permatasari, D. (2017). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian smartphone di kota Semarang. *Jurnal EMBA*, 4(2), 52- 63. Edisi 3. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Febrinaz,. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa (i) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Fill, C. (2021). *Marketing communications: An integrated approach* (7th ed.).
- Firmansyah, M. Anang (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media

- Hanif, H. (2018). Landasan Syariah dalam Etika Periklanan. *Nukhbatul 'Ulum*, 4(1), 446–462. <https://doi.org/10.36701/nukhbah.v4i1.36>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2020). *Consumer behavior* (8th ed.). Cengage Learning. *Jakarta: Erlangga* Jilid 1. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. New York: Pearson
- Kuspriyono, T. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Iklan
- Kotler, Armstrong. (2012:332). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 3.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. *Jilid 1*.
- Kotler, Philip, (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks
- Lailiyah, Ma'rifatul (2022) Pengaruh Iklan, Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa *Manajemen* IAIN Kudus.
- Liliweri, Alo. (2014) *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Lupiyoadi, Rambar. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. McGraw Hill Educatio

- MH, MW (2022). Pengaruh Periklanan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada UD. Maju Unaaha. Jurnal Sinomika Jurnal Sinomika Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi,1 (2), 209-218
- O'Cass, A., & Lim, S. S. (2019). Consumer behavior: A global perspective (2nd ed.). Routledge.
- Rachmah, S. M. (2022). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. 3(4), 82–88.
- Routledge Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. Jurnal Komunikasi, VII(1), 26– 32.
- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). *Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo*. Conference Series, 1(1), 83–95.
- Tjiptono, F. (2016). Pemasaran Strategik (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.