

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Belch, George E. & Michael A. Belch. 2015. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 10th edition. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Buchari, Alma. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Daryanto. 2018. Seri Kuliah Manajemen Pemasaran. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Daryanto. 2011. Manajemen pemasaran. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera Satu Nusa. Bandung.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno, 2003. Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2018. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, A. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Jakarta.
- Hardjana, Andre. 2000. Audit komunikasi: Teori dan Praktek, Jakarta: PT Grasindo.
- Holt, D, Segrave, S, & Cybulski, J.L. (2012). Professional Education Using ESimulations: Benefits of Blended Learning Design. Hersey: Information Science Reference.
- Kaiser. 2012. The Liver Fluke Fasciola Hepatica Trematode. Jurnal Ifluke. 1-20
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2014. *Marketing Management edisi 13 Jilid 1*. PT Rineka Cipta. Jakarta.

- Mattern, Joanne. Instagram. United State Of America: Abdo Publishing, 2017.
- Muhidin, Ali Sambas dan Abdurrahman Maman. 2019. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, Deddy. 2012. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2016. Perilaku Konsumen. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta.
- Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Subagyo, Ahmad. 2010. Marketing In Business. edisi pertama, cetakan pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sudaryono. 2017. Pengantar Manajemen Teori dan Kasus. CAPS. Yogyakarta.
- Sugiyama, K., & Andree, T. 2011. The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency. New York, NY: McGraw-Hill
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian: Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Sunyoto, Danang. 2015. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). CAPS. Yogyakarta.

Sunyoto, Danang. 2014. Praktik Riset Perilaku Konsumen. CAPS. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. ANDI. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2011. Manajemen & Strategi Merek. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta

Tuten, Tracy L. dan Solomon, Michael R. 2014. Social Media Marketing: 2nd Edition. London: SAGE Publications Ltd.

Jurnal:

Akbarsyah, Adithya. 2012. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Joytea di Kota Bandung. Jurnal Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Institut Manajemen Telkom (2012).

Akmaludin. 2012. Analisa efektivitas komunikasi pemasaran produk aqua menggunakan Customer Response Index. Jurnal Perspektif, Vol. X No. 1, Maret 2012.

Amaliah, Saladin Ghalib dan Maryono. 2018. Efektivitas komunikasi elektronik world of mouth terhadap produk jilbab. Jurnal Bisnis dan Pembangunan, edisi Juli 2018. Vol. 7, No. 2, ISSN 2541-187X

Ananda, Fortunisa dan Agassi, Andrew Arief. Pesan Iklan Televisi dan Personal Selling Sebagai Alat Promosi Untuk Peningkatan Pembelian Rokok. Jurnal Sosial & Ekonomi. 2013

Ernestivita, Gesty. 2016. *Analisis Efektivitas Tagline Iklan Televisi Minuman Ringan Teh Botol Sosro Versi "Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol Sosro" dengan Menggunakan Metode Customer Response Index (CRI)*. EKSIS, vol. XI, No. 2, Oktober 2016, 140-150 ISSN: 1907-7513.

- Masruri. 2017. Analisis Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan. *Journal of Governance and Public Policy*. Vol. 4, No.2, June 2017.
- Mutiara, Nidia Ananda dan Fanni Husnul Hanifa. 2018. *Efektivitas Iklan Pada Radio Play99ers Bandung dengan Metode Customer Response Index (CRI) (Studi Kasus Pada Iklan Babakaran Café Cabang Buat Batu Bandung)*. E-Proceeding of Applied Science: Vol.4, No.2, Agustus 2018, 296-304 ISSN: 2442-5826.
- Nurhadi, Zikri Fachrul dan Achmad Wildan Kurniawan. *Kajian Tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi*. Channel Jurnal Komunikasi, vol. 6, No.2, 177-182 ISSN: 2461-0836.
- Rani, Dinda Satya, Sri Tjondro Winarno dan Eko Priyanto. 2021. Efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial untuk menumbuhkan kesadaran merek ladang lima. *Jurnal Cemara*. No. 2, November 2021, ISSN : 2087-3484
- Susilawati, Made. 2010. Analisis customer response index iklan handphone merek nexian pada pembaca media cetak dikota kupang. *Jurnal Eksis* Vol. 6. No. 2, Agustus 2010
- Wulandari, Astri dan Nur Latifah Lutfiyati. 2018. *Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Larissacenter Sebagai Media Beriklan Larisaa Aesthetic Center Berdasarkan Metode Customer Response Index (CRI)*. Channel Jurnal Komunikasi: vol.6, No. 2, Oktober 2016, 177-182 ISSN: 2339-5268.

Website:

Katadata.co.id

www.TheAsianParent.com

www.topbrand-award.com

www.instagram.com

appstore

