

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker & Biel. (2009), *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates: Inc., Hillsdale.
- Armelsa Dhefine. (2021). Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap citra iklan mie lemonilodi sinetron televisi. *Jurnal Public Relation-JPR*, 29-34
- Bungin, M. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Dhaefina, Merza dkk. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instanlemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*. 43-48.
- Dr. Vicenovie Ilona. (2016). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Universitas Persada Indonesia.
- Ghazali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21. edisi VIII*. Semarang: Badang Penerbit Universitas Diponorogo.
- Karla, E & Stevianus. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie lemonilo. *Jurnal UG*, 10-15
- Kismono, Gugup. (2008). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P & Amstrong G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Marketing management 15e*. Boston: Pearson Education
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian handpone merek xiami di kota tanggerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 52-58.
- Parwadi. (2004). *Pengertian Televisi*. Ensiklopedia Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *The Power of Brnds*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Saladin. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda karya.
- Schiffman, L & Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Kenginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakrta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke-22. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Cetakan keempat. Jakarta:Penerbit PT Rineka Cipta.
- Sumarwan ujang. (2003). *Perilaku konsumen Teori dan penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. ed. 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yesi Lindra. (2017). Pengaruh daya tarik iklan, citra merek, kemasan produk, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian mie instan indomie pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin raden fatah palembang. *Skripsi. Palembang:UIN Raden Fatah*