

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Adyatma (2012) *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi pepsoden Di Kota Makasar*
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Modern. Jurnal Riset Sains Manajemen, 1(1)*, 35-42.
- Asna (2010) *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Mahasiswa Se-Malang Raya Jurnal Ekonomi MODERNISASI Fakultas Ekonomi – Universitas Kanjuruhan Malang* <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>
Asna, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang email : asna.@ukanjuruhan.ac.id 130
- Aprilia Mentari (2017) *Pengaruh Kreatifitas Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Provider Axis di Yogyakarta)* SKRIPSI Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
- Dewi Asri Isiana (2018) *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Model Aisas Pada Maraca Books And Coffe, Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen*
- Diah Syafita, Johar Srikandi Kumadji & M.Kholid Mawardi (2015) *Pengaruh Aidca (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project)* Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Gestio Sastradinata & Suraya (2018) *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui Whatssaap Messenger Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Iindustri Rumah Tangga Di Kota Bogor* Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana gestio83@gmail.com,
- Handoyo, Sapto (2004) *Pengaruh Kreavitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Lux (Studi Pada Konsumen Di Wilayah UPN Veteran Yogyakarta)*
- Heny Cahya (2018) *Pengaruh Testimonial Dan Endorsmen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Queena Hijab Samarinda*, eJournal Administrasi Bisnis, 2018, 6 (4): 1384-1398 ISSN 2355-5408 , ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id
- Kasali (2007) *Manajemen Periklanan; Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia, Jakarta*
- Kotler.P.(2005), *Manajemen Pemasaran Edisi ke dua belas Jakarta (ID); PT. Indeks*
Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2009). *Manajemen Pemasarn. Di terjemahkan oleh Bob Sabran M.M. Edisi ketiga Belas, Jilid 1. Jakarta Erlangga*
- Mary Anne Nino Etudiante (2013) *Citra Toko Online Dalam Hubungan Kausal Antara Efektifitas Iklan Dan Niat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Penerima Iklan SMS Situs Belanja Online Zalora.co.id*
- Mursalim (2013) *Analisis Efektifitas Iklan Media Online Pada PT Surveyor Indonesia Kanwil Makasar, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar*

- Morissan, A. M.(2010), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Prenada Media Group, Jakarta:*
- Nugraha(2018) *Efektifitas Iklan Dengan Metode Aidca(Attention,Interest, Desire, Conviction, Action) Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi I slam*
- NurminArianto(2017) *Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep Aida Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifeboy (Studikasuk Pada Warga Depok-Jawabarat) JurnalLiquidity Vol.6,No.1,Januari-Juni2017,hlm.72-80.*
- Philip Kotler & Gery Armstrong,(2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan.Erlangga;Jakarta*
- Pujiyanto,(2003) *Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan Jurnal Ilmu Pendidikan.(online),VOL.5 NO.1*
- Rofiq, A., Arifin, Z., & Wilopo(2012). *Pengaruh Penerapan AIDA(Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian(survey pada pembeli kartu perdana IM3 di lingkungan mahasiswa fakultas ilmu admistrasi universitas brawijaya angkatan 2012).1-10.*
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk,Leslie Lazar. (2009)*Perilaku Konsumen.Alih Bhasa Zulkifli Kasip.Jakarta: PT.Indeks Group Gramedia*
- Shofian Fitrohmana(2015) *Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire,Conviction, Action (AIDCA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super)*
- Sugiyama, K. (2011). *The Dentsu Way, New York:McGraw Hill*
- Sugiyono.(2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.Bandung;ALFABETA*
- Suhandang (2005),*Periklanan:Manajemen,Kiat Dan Strategi,Bandung:Nuansa*
- Sri Fatmawati(2012)*Pengaruh Iklan Model Aida(attention, interest,desire,action) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fisip Uniska Mab*
- Swastha dan Irawan (2008).*Mnajemen Pemasaran Modern.Cetakan Ketujuh. Yogyakarta:Penerbit Liberty*
- Wijaya B Sukma (2011)"*Pengembangan Model Hierarki Model Dalam Periklanan" jurnal iklan.vo.5.no.1*
- satriamsi.blogspot.com(26,maret,2020,pukul,18:20)
- msibiospray.com (24,maret 2020, pukul 17:08)
- sosmekdini.wordpress.com (28.maret,2020,pukul 19:02)