

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Amstrong, Gary dan Philip Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih bahasa Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.

Assael. 2002. *Consumer Behavior*. Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Basu Swastha & Irawan. 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke 2. Yogyakarta. Liberty

Darmadi Durianto., Sugiarto., dan Lie Joko Budiman. (2004), *Brand Equity Ten*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Jefkins, Frank, 1996, *Periklanan*, Edisi ke-3, Jakarta : Erlangga.

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi kelima Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 8. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2003. *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama dan Kedua. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2006. *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi XIII, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). *Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, 2001, *Statistik Untuk Penelitian*, hal 134-135, Alfabeta Jakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sujarweni, Wiratna. 2014 *Metode Penelitian* Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wijaya, Bambang Sukma. 2011. "The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising". *Journal of Advertising*. Vol 5 No.1.

Winkel W.S. 1991. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Grasindo

### **Jurnal**

Rofiq, Arifin, Wilopo (2012) PENGARUH PENERAPAN AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012). *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*

Diah Syafita, Johar Srikandi Kumadji, M. Kholid Mawardi PENGARUH AIDA (2015) (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP EFEKTIFITAS IKLAN ONLINE (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 26 No. 1 September 2015

**Sumber lainnya**

<https://databoks.katadata.co.id/search/cse/pengguna%2520media%2520sosial>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>

