

DAFTAR REFERENSI

- Akmal Musyadat Cholil. (2020). *BRAND AWARENESS IDEAS*. Quadrant.
- Ari Setiyaningrum, J. U. & E. (2015). *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN* (Maya (ed.)). ANDI.
- Arianto, N. (2019). *PENGARUH IKLAN BERDASARKAN KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI LIFEBOUY (STUDI KASUS PADA WARGA DEPOK - JAWA BARAT)*. 8(2).
- Ayu, K., Wahtu, K., & Probosari, N. (2020). the Development of Hierarchy Effects Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Model in Communication Branding Strategy of Tepal-Sumbawa Coffee. *Internasional*, 1(4), 536–547. <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- Budiawan, R. D., Satria, A., & Simanjuntak, M. (2017). The quasi experimental study of the influence of advertising creativity and exposure intensity toward buying action with aida approach. *Independent Journal of Management & Production*, 8(2), 378. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v8i2.526>
- Dini Nurhidayanti, A., Tri Hapsari, A., & Umam, K. (2020). Efektivitas Promosi Di Media Sosial Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Di Gallery DEWDEW Collection Berdasarkan Model AIDA. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 16(1), 1–28. <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i1.339>
- Fransisca, Y., & Kurniawan, A. (2018). Stimulasi Keputusan Pembelian Produk Wisata Halal Pada Konsumen Wisatawan Domestik Dengan Menggunakan Model Komunikasi Pemasaran Aida: Sebuah Tinjauan Pustaka. *The National Conferences Management and Business (NCMAB)*, 339–344.
- Ghozali & Latan. (2014). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris*. BP Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2*. Universitas Dipenogoro.
- Hadiyati, E. (2016). *STUDY OF MARKETING MIX AND AIDA MODEL TO PURCHASING ON LINE PRODUCT IN INDONESIA* Ernani Hadiyati *Economic and Business Faculty, Gajayana University, Malang, Indonesia*. 4(7), 49–62.
- Hasrina, S. O. (2020). *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DENGAN KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. WINGS FOOD DI KECAMATAN ALANG-ALANG LEBAR*. 09, 63–80.
- Hengky latan&Imam ghozali. (2012). *Partial least squares : konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- idcloudhost.com. (n.d.). *Konsep AIDA Model yang Harus Diketahui seorang Marketer*. Muhammad Mufid Luthfi.

- Imam Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Indriantoro & Supomo. (2018). *Metodologi Penelitian BISNIS untuk Akuntansi dan Manajemen* (Maya (ed.)). ANDI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principless of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. pearson education limited.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- kotler, philip, & amstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip manajemen, jilid I* (14th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT Index Kelompok Gramedia.
- Kusumadewi, N., Penelitian, A., Penelitian, F. M. M., Komersil, P., Majalengka, F. M., Pembelian, K., Komersil, P., Pembelian, K., Majalengka, F. M., Kunci, K., Aida, P. K., Pembelian, K., Tetap, D., Ekonomi, F., & Majalengka, U. (2019). *PENGARUH PERIKLANAN KOMERSIL DENGAN KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEDIA RADIO RADIKA 100,3 FM MAJALENGKA*.
- Maulida, D., Taufik, B., & Pribadi, J. D. (2019). *ANALISIS PENGGUNAAN METODE ATTENTION , INTEREST , DESIRE , ACTION SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RIGBY KOREAN*. 2–5.
- Rusmasari, Y. R., Adam, M., & Widiyanti, M. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMBELI TIKET ASIAN GAMES TAHUN 2018 DI KOTA PALEMBANG*. 1–8.
- Sri Widyastuti. (2017). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU* (Iskandar Hadi (ed.)). FEB-UP Press.
- Sudaryono. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN* (FL. Sigit). Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. ALFABETA.
- tempo.co. (2016). *PANGSA PASAR AIR DALAM KEMASAN*.
- Wendy, S. (2021). *Pengaruh Kreativitas Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian*. 3(2).
- Zulia Khairani, Efrita Soviyant, A. (2018). *Efektivitas promosi melalui instagram pada umkm sektor makanan dan minuman di kota pekanbaru*. 3(2), 239–247.