

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto Elvinaro, 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif & Kualitatif*, Remaja Rosdakarya: Bandung
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Kencana Predana Media Group: Jakarta.
- Ilham, Prisgunanto. 2016. *Komunikasi Pemasaran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kartajaya, Hermawan dan Iwan Setiawan. 2014. *WOW Marketing*. Jakarta: PT Gramedia
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2016 *Principles of Marketing 16e* Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Refika Aditama : Bandung
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Ardi: Yogyakarta.
- Sugiono. 2013 *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta: Bandung
- Sugiono. 2017 *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Andi Offset. Yogyakarta.

Jurnal:

Hardianto, Analisis Stimulus – Organism – Response Model Pada “Dove Campaign for Real Beauty” 2004-2017 (2019). *Jurnal Transaksi Vol. 11, No. 1*

Saputri (2016). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion pada Zalora Indonesia*. *Jurnal Sosioteknologi Vol 15 No. 2*.

Prasetyo, A.Y, Fauzi,A., Sanawiri, B., (2018) Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 61 No. 3*

Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2013). *Importance of Brand Awareness and Brand Loyalty in Assesing Purchase Intentions on Consumer*. *International Journal of Business and Social Science Vol. 4 No. 5*

Hasbun, Budiharto., dan Endang Ruswanty. (2016) Komperasi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dengan *Brand Awareness* Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies Vol.2 No.1*

Web:

www.ama.org diakses pada 15 Mei 2020

<https://kumparan.com/kumparanfood/foresthree-coffee-kopi-murah-meriah-milik-artis-deva-mahendra> diakses pada 10 Maret 2020

<https://kaba12.co.id/2020/01/15/deva-mahendra-bukittinggi-jadi-outlet-foresthree-dengan-penjualan-tertinggi-di-indonesia/> diakses pada 1 April 2020