

DAFTAR PUSTAKA

- Alika, R., Putri, C., Kurnia, D., & Putra, S. (2021). *Pengaruh Jingle Iklan “Semua Pasti Untung” Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Merek Pada E-Commerce Bukalapak*.
- Azhari, M. T., Bahri, A. F., Asrul, & Rafida, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Gultom, F., & NABABAN, R. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Literasi Nusantara.
- Geisfarad, H. (2022). *Pengaruh Jingle Iklan Gulaku Terhadap Brand Awareness Audience Ibu-Ibu Arisan Komplek Meruya-Jakarta Barat*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 11510.
- Ismiyadi, A., Fanani, A. F., Handayani, S., Novelia, D., & Astutik, W. (2022). *Pengaruh Tagline Dan Jingle Iklan Terhadap Pembentukan Brand Awareness*. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 87–101.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Budi Utama.
- Maulida, C. N., & Kamila, A. D. (2021). *Pengaruh K-Pop Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Shopee)* (Vol. 8, Issue 2).
- Melati, A., Ekowati, T., & Galih, M. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorses dan Jingle Iklan terhadap Brand Awareness*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*.
- Novita Lusiana, S. K. M., Rika Andriyani, S. S. T., & Miratu Megasari, S. S. T. (2015). *Buku ajar metodologi penelitian kebidanan*. Deepublish.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 357–380.
- Pembuatan E-Commerce pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database MYQL*. (n.d.).

- Pendidikan Sejarah, J., Pendidikan Sejarah, -Jurusan, & Ilmu Sosial dan Hukum, F. (2021). Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015 Tutik Mustajibah Agus Trilaksana. In *Journal Pendidikan Sejarah* (Vol. 10, Issue 3).
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Sri Mar'ati, F. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. Jurnal Among Makarti, 14.*
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan.*
- S.Fidell, B. G. T. L. (2013). *Using Multivariate Statistics* (C. Campanella (ed.); Sixth Edit). PEARSON.
- Saritha, I. G., Ajnya, D., Jatra, I. M., Yasa, N, & Riana, I. G. (2023). *Brand Ambassador, Citra Merek, Dan Niat Beli: Konsep dan Aplikasi.* CV Pena Persada.
- Savitri Setyo Utami, L. (n.d.). *Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Shopee Versi BlackPink terhadap Brand Loyalty Mahasiswa Jakarta.*
- Septianie, I., & Wiyata, M. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online pada Platform E-Commerce Lazada Indonesia. *WINTER JOURNAL, 1(1).*
- Septiningrum, W., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Jingle Iklan Susu Koperasi Peternakan Bandung Selatan Pengalengan terhadap Brand Awareness. *Management, Vol. 6, No. 2, 5107.*
- Siregar, W. M. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Audit, Kompleksitas Dokumen Audit, dan Pengalaman Auditor terhadap Audit Judgement pada Kantor Inspektorat Kabupaten Aceh Barat.* Unimal Press.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Penerbit Alfabeta Bandung.
- Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian.* Penerbit Andi.
- Syafitri, E. (2021). *Pengaruh Jingle Iklan dan Tagline terhadap Brand Awareness Wafer Tango pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.*