

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Lily Puspita. 2016. *Pengaruh Persepsi Celebrity Endorse dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Wardah di kalangan Mahasiswi UIN Maliki Malang*. Skripsi. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Bagehot, Walter. 1993. *Wordswoorth, Tennyson And Browning : Pure, Ornae and Grotesque Art in English Poerty, The National Review*. St John Stevas
- Chaidir, M. 2018. *Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” terhadap Kesadaran Merek pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di Kota Samarinda*. eJournal Ilmu Komunikasi. Volume 6 Nomor 1. Halaman 391-402. Maret 2022.
- Cheema et al. 2016. *Do Taglines Have A Positive Impact On Building The Brand Perception? A Case Study On Kit Kat*. Journal of Business Studies. Vol. 12 No. 1 Page 52-64
- Desi, Nurdiana Mulyatini, Moch Aziz Basari. 2021. *Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brnd Awareness (Studi Pada Produk Motor Yamaha di PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)*. Business Management and Entrepreneurship Journal. Volume 2 No. 4 Desember 2020. Halaman 80-92. Februari 2022
- Dhea Yunanda, Amantha. 2018. *Pengaruh Artis Iqbal Ramadhan Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Ruang Guru. Com*. Skripsi. Jakarta. Universitas Bakrie Jakarta. Maret 2022.
- Doucett. 2019. *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago : American Library Association (E-books).
- Gita, Devi dan Setyorini, Retno. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Iamage Perusahaan*. zalora.co.id.
- Ismiati, Cici. 2016. *Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Online Public Access Catalog (OPAC). Sistem Informasi*. November 2021
- Karim, Abdul. 2019. *Pengaruh Tagline Iklan Versi “Axis Hits Bonus” dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Kartu Axis (Studi pada Mahasiswa STIE AMKOP Makassar)*. Moverege Journal. Volume 1 No. 1 Januari 2019 Halaman 1-13. ISSN 2656-2790.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Cetakan ke-1. Jakarta. Rajagrafindo Persada. Januari 2022
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2014. *Principle Of Marketing*. England : Pearson Eduaction Limited.
- Krisnawati, Devi. 2016. *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandung)*.

Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana. Volume 4 No. 1 Januari 2016.
ISSN 2338-4794.

- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.
- Mahisa, Rindang Kurniati, Sulhaini, dan Sri Darwini. 2019. *Analisis Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Telepon seluler Merek Oppo (Studi pada Pekerja Kantoran di Kota Mataram)*. JRM Volume 19 Nomor 2. Desember 2021.
- Permana, P. 2015. *Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness, dan Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Hand And Body Marina*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Restiani, Yani Widjaja. 2019. *Pengaruh Tagline dan Media Periklanan Above the Line terhadap Brand Awareness DAPUR IGA BANDUNG*. Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah. Volume 02 Nomor 2. 2019. Halaman 224-230. April 2022
- Rizky Nugroho, Muhammad. 2018. *Efektivitas Tagline #DijaminOri Terhadap Brand Awareness E-Commerce JD.ID*. Journal Of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEM). Volume 01 Nomor 4. Desember 2018. Halaman 211-225. Maret 2022.
- Swari, Indah Andira. 2017. *Pengaruh Mikha Tambayong sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Pixy Lip Cream (Survei Pada Followers Akun Instagram tutorialmakeup_id)*. Skripsi. Jakarta : Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
- Wassilatul Febriana, Khusna. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline terhadap Brand Awareness (Studi Pada Tokopedia Indonesia)*. Skripsi. Malang : Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.