

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri Suhailah, Tumbel Altje L, Roring Ferdy. (2017) Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square, *Jurnal EMBA*, 5(2), 1781–1792.
- Amandeep, et., al. (2017) The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman. *International Journal of Management Studies and Research (IJMSR)*, 5(12), 11-19.
- Ardiansyah Lutfi, Arifin Zainul, Fanani Dahlan. (2015) Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(2), 75-90.
- Aziza Dhiyaa Nadhifa, Astuti Rifelly Dewi. (2018) *Evaluating The Effect of YouTube Advertising towards Young Customers' Purchase Intention*, *Advances in Economics, Business and Management Research*, (Online), (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), diakses pada tanggal 25 Agustus 2021.
- Indrasari Meithiana. (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2013) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2012) *Marketing Management*. 14th ed. Global Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurniaman Putra. (2017) Teknik Pengolahan Data, (Online), (<https://putrakurniaman.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan-data/>), diakses 20 Agustus 2020.
- Lucas, D. B., & Britt, S.H. (2012) *Measuring Advertising Effectiveness McGraw-Hill*, New York.
- Marhadi. (2014). Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Brand Attitude Pada Produk Handphone Android Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 6(2), 56-70.
- Nune Sri Indrawaty, Yulinda L, Ismail. (2018), Pengaruh Atribut Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ikan Sagela Olamita Di Ikm Kreatif Gorontalo, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 191-207.

Pohan Muhammad Munawir, Sukmal Jeni. (2020), Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo), *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 13-17.

Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis kontemporer*. Alfabeta, Bandung.

Rahayu, D. W. S. (2019) Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square, *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*,12(2), 42-51.

Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat, Jakarta.

Simarmata, Binsar. (2016) Pengaruh citra merek dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Stie ITMI. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(5), 1- 18.

[Sugiyono \(2013\) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D .Cet. 18 Penerbit Alfabeta. Bandung.](#)

Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran* edisi 4. Andi. Yogyakarta.

Xiao, Zhehui, et., al. (2016) The effect of e-WOM on country image and purchase intention: an empirical study on Korean cosmetic products in China. *International Journal of Technology and Management*, 2(15), 21-56.

Zulfandi, Muhammad et al, (2019) Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (e WOM) terhadap Minat Pengguna Jasa Transfortasi Online Grab di Kota Padang. *Jurnal kajian manajemen dan wirausaha*, 1(1), 380-387.