

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Sitorus, S., et al. (2022). *Brand Marketing : The Art Of Branding*. Jakarta:Media Sains Indonesia.
- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta:Penerbit Mitra Utama.
- Abdullah, M. M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta:Aswaja Pressindo.
- Aisyah, S., et al. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Babbie, E. R. (2014). *The Practice of Social Research*. Boston:Cengage Learning.
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten : Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Egan, J. (2015). *Marketing Communications*. California”SAGE.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan:Qiara Media.
- Fourqoniah, F., & F. Aransyah, M. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten:Penerbit Lakeisha.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial*. Yogyakarta:Penerbit ANDI.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Jakarta:Health Books Publishing.
- Kotler, P., & L. Keller, K. (2016). *Marketing Management*. London:Pearson Education.
- Leon, F. M., Suryaputri, R. V., & Kunawangsih P, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta:Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research* (sixth edit). London:Pearson Education.
- Martin, B., & Stephens, E. (2019). *Strategic Brand Management*. London:ED-TECH Press.
- Mau, G., Schweizer, M., & Christoph, O. (2023). *Multisensory in Stationary Retail*. Wiesbaden:Springer Wiesbaden.

Munro, B. H. (2005). *Statistical Methods for Health Care Research*. Philadelphia:Lippincott-Raven Publisher.

Neuman, L. W. (2014). *Basics of Social Research*. Boston:Cengage Learning.

Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Sleman:Deepublish.

Santoso, S. (2015). *SPSS 20 Pengolah Data Statistik di Era Informasi*. Jakarta:PT. Elex Media Komputindo.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Busines*. Amerika Serikat:John Willey & Sons.

Stephen W. Littlejohn, Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2018). *Theories of Human Communication*. Long Grove:Waveland Press Inc.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung:Alfabeta.

Wells, A. W., Moriarty, S. E., & Mitchell, N. (2010). *Advertising : Principles & Practice. Managing*. London:Pearson Education.

Jurnal

Achyarsyah, M., Hendrayati, H., & Amalia, F. (2020). The Impact Of Jingle On Brand Awareness. *Global Conferences Series*, 5(1), 206–209.

EP. Hizkia, C. (2022). Pengaruh Jingle dan Tagline Iklan terhadap Pembentukan Brand Awareness (Studi pada Jingle “Shopee Shark Challenge” dan Tagline “Gratis Ongkir Se-Indonesia” di Televisi terhadap Masyarakat di Kota Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(4), 279–289.

Geisfarad, H. (2022). Pengaruh Jingle Iklan Gulaku Terhadap Brand Awareness Audience Ibu-Ibu Arisan Komplek Meruya – Jakarta Barat. *KOMUNIKOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 54–61.

Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang Pada PT Semen Baturaja (PERSERO) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 167-182.

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.

Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.

Luthfia, R. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Sosial Media Instagram

@NPUREOFFICIAL terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure. *Communication*, 5(1), 372–397.

Mahlangu, B. P., & Kruger, L. P. (2015). The Impact Of The Maintenance Management System: A Case Study Of The PetroSA GTL Refinery. *South African Journal of Industrial Engineering*, 8(5), 16–18.

Maulana, S. S. (2022). Pengaruh Jingle Iklan Traffic Bun Di Sosial Media Terhadap Brand Awareness Pada Masyarakat Pengguna Tiktok. *Open Library Telkom University*.

Melati, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Jingle Iklan Terhadap Brand Awareness (Studi pada Pengguna Situs Belanja Online Shopee di Purworejo). *VOLATILITAS*, 2(2), 1–14.

Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9.

Pranata, I. W. D. R., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5230.

Putri, M. L., Sutjipto, V. W., Sary, M. P., & Amarawati, Y. P. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwah Kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. *E-journal KINESIK*, 8(3), 284–296.

Rahmadina, N., & Lilis, D. (2016). Hubungan antara Jingle Iklan Televisi “Mastin Ekstrak Kulit Manggis” Dengan Brand Awareness Produk pada Mahasiswa. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 53–59.

Rahmah, S., Herawaty, T., & Syafa’atul Barkah, C. (2021). Pengaruh Jingle Iklan Versi “Baby Shark” Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia. *Journal IMAGE*, 10(2), 75–85.

Rianensi, A. I., & Rinawati, R. (2019). Hubungan Jingle Iklan “Shopee Slank Pasti Ada” di TV dengan Brand Awareness Shopee. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 661–666.

Rizkiani, Y. I. (2022). Pengaruh Daya Tarik Jingle Iklan Terhadap Brand Awareness Nivea Men Creme. *KALBISIANA*, 8(1), 535-549.

Safitri, D., Romli, N. A., & Siregar, D. (2022). Pelatihan Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Komunitas Wirausaha Perempuan. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*. 10(1), 77-84

Sari, C. Y. P., & Rinawati, R. (2018). Hubungan antara Jingle Iklan “Nego Cincai” di TV dengan Brand Awareness Bukalapak. *Jurnal Spesia*, 4(2), 399–404.

Sasmita, S. (2013). Jingle Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness Produk Mizone. *Terob*, 4(1), 52–71.

Septiningrum, W., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Jingle Iklan Susu Koperasi Peternakan Bandung Selatan Pengalengan Terhadap Brand Awareness. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5107–5117.

Setiawan, W., Sugiharto, S., Pemasaran, P. M., & Petra, U. K. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1).

Sugiama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1-14.

Internet

About Lazada. 2023, diakses pada 14 Februari 2023 Pukul 14.00 dari <https://lazada.com/en/about>

[Instagram.com/@lazada_id](https://www.instagram.com/lazada_id), diakses Pada 30 September Pukul 22.15

