

## DAFTAR PUSTAKA

- Akkas, N. (2016). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil pada PT. Hadji Kalla Cabang Palu. *e-Jurnal Katalogis*, Vol. 4, No. 1, 24-36.
- Ciputra, U. (2012). *Buku Pedoman Mahasiswa Universitas Ciputra*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Diwati, F., dan Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Binsis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal EBANK*, Vol. 6, No. 2, 33-54.
- Dwitama, A., dan Rita. (2015). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Marketing Communication terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Menonton RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia). *Binus Business Review*, Vol. 6, No. 1, 67-77.
- Hendria, R., Ahman, E., dan Novalita, D. P. (2014). Pengaruh Program Direct Marketing terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. 4, No. 1.
- Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi pada Pro Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, 1-18.
- Hosseini, M. H., dan Moezzi, H. (2015). Exploring Impact of Marketing Mix on Brand Equity in Insurance Industry (Case Study: Asia Insurance Firm, Iran). *Journal of Asian Scientific Reserch*, Vol. 5, No. 1, 38-45.
- Katili, P. B., Setiawan, H., dan Nugroho, B. D. J. (2016). Pengaruh Brand Image dan Event Marketing terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Kasus: Perumahan Citra Garden BMW Cilegon). *Media Studi Ekonomi*, Vol. 19, No. 1, 1-13.
- Keke, Y. (2015). Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, Vol. 2, No. 1, 172-186.
- Khulud, H., Arifin, Z., & Wilopo. (2016). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Ekspor. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.32, No 2, 53-58.

- Kiswari, Y., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja, Persepsi Pegawai dan Komitmen Organisasi Pegawai terhadap Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Management*, Vol. 2, No. 2.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2014). *Marketing Management Edisi 15 Global Edition*. Boston: Pearson Prentice Hall.
- Krussell, J. G. H., dan Paramita, E. L. (2016). Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Alfamart. *BENEFIT Jurnal Management dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, 27-42.
- Kuncoro, M. P. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mongkol, K. (2014). Integrated Marketing COmmunication to Increase Brand Equity: The Case of a Thai Beverage Company. *International Journal of Trade, Economics, and Finance*, Vol. 5, No. 5, 445-448.
- Murtiasih, S., Sucherly, dan Siringoringo, H. (2013). How Word of Mouth Influence Brand Equity for Automotive Products in Indonesia. *Procedia-Social and Behavioural Sciences*, 40-44.
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., dan Suryadi, I. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*, Vol. 31, No. 1, 26-34.
- Piratheepan, U., dan Pushpanathan, A. (2013). Impact of Promotional Strategies on Brand Awareness; A Study on Milk Powder Brands in Nuwaraeliya District. *IFRSA Business Review*, Vol. 3, No. 4, 268-272.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisa Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Priyanto, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Purwandari, S. (2014). Pengaruh Promosi terhadap Brand Awareness pada Politeknik Indonusa Surakarta. *Jurnal Sainstech Politeknik Indonusa Surakarta*, Vol. 1, No. 1, 57-67.
- Ridwan & Sunarto. H. (2013). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Sanyoto, T. R., dan Utomo, S. S. (2015). Komunikasi Pemasaran PT. Rekaprima Saptakomunika sebagai Biro Iklan Lokal di Kota Solo dalam Menjaga Kesetiaan Pelanggan. *jurnalkommas.com*.
- Saputro, R. Y., Paramita, P. D., dan Warso. M. M. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Price terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 di Dealer Astra Honda Semarang. *Journal of Management*, Vol. 2, No. 2.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Ulus, A. A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu pada PT. Astra International Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4, 1134-1144.
- Wicaksono, M. P. A., dan Seminari, N. K. (2016). Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 8, 5098-5127.
- Widhiarta, I. G., & Wardana, I. M. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 4, 832-848.

