

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aditya, M. R. (2018). Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Bukalapak Versi Harbolnas Muhammad. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 232–246.
- Ardiansyah, L., Arifin, Z., & Fanani, D. (2015). Pengaruh Daya tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2), 75–83.
- Arstrong, K. P. (2013). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Andiyaksa, M., & Khasanah, I. (2017). PENGARUH PESAN IKLAN, KREATIVITAS IKLAN, KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER DAN MEDIA KOMUNIKASI TERHADAP EFEKTIVITAS IKLANDALAM MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PRODUK SAMPO LIFEBOUY (Studi Kasus pada Mahasiswa Undip Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Arifin, J. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PESAN IKLAN TERHADAP CITRA MEREK YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Handphone NOKIA di Kota Semarang)*.
- Daya, P., Iklan, T., Pesan, K., Dan, I., Penayangan, F., Terhadap, I., Iklan, E., & Khairul Amri, T. (n.d.). *Cite this paper*.
- Ekasaputra, V. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan “Udah Waktunya Pake GO-JEK-Vertibokek.”*
- Falah, T. A., Abidin, Z., & Hidayah, S. (2020). PENGARUH KREATIVITAS IKLAN DAN NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL. In / *Bulletin of Management & Business (BMB)* (Vol. 1, Issue 1). <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/marketing-strategy/rilis-mpv-xpander-ini->
- Ginting, S. T. U. A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PESAN, DAYA TARIK IKLAN DAN FREKUENSI PENAYANGAN TERHADAP EFEKTIVITAS IKLANMEDIA TELEVISI PADA PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA*.

- Hendri, & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Samudra Bahari Utama. *Agora*, 5(1), 1–8.
- Iskandar, D., Amri, K., & Si, S. E. M. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektifitas Iklan Televisi Produk Mie Instan Merek Indomie Goreng Cabe Ijo*. 2, 424–437.
- Morissan, M. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nafanu, S. (2020). Pengaruh Media Iklan, Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Produk Lee Minerale Pada Masyarakat Kota Kefamenanu Kabupaten TTU. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(3), 31–45.
- Nurhayati, E. (2012). PENGARUH KREATIVITAS IKLAN DAN KREDIBILITAS ENDORSER TERHADAP EFEKTIFITAS IKLAN (Studi Kasus Pada Iklan Olay Natural White Di Kota Semarang). In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia: Vol. XI* (Issue 2).
- OktavianaS, F., & Subagio, H. (n.d.). *ANALISA PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSE DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP SIKAP TERHADAP MEREK MELALUI EFEKTIFITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI IKLAN LINE AADC)*.
- Pancaningrum, E., Sari Halaman, D. K., Pancaningrum, E., Kartika Sari, D., & PGRI Dewantara Jombang, S. (n.d.). *Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi*. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/44>
- Pendidikan Ekonomi, J., Muharamai Mareza, K., Ekonomi, F., & Negeri Padang, U. (2021). *Pengaruh Efektivitas Iklan dan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Attitude Sarimi*. 4(1), 101–111. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Penelitian, J., Ilmiah, K., Ekonomi, F., Takari, L., Rini, S., Perusahaan, M., Pratama, P., & Surakarta, M. (2020). *COMMERCE SHOPEE INDONESIA (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Pratama Mulia Surakarta)*. *Pengaruh Kreativitas Iklan..... Mulia Surakarta* |, 18(2).
- Rahmadawita, T., Sulistyowati, L., Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau, M., & Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau, D. (n.d.). *PADA PRODUK BLACKBERRY Z10 DI KOTA PEKANBARU. (The Influence Analysis of Advertising Creativity, Quality Fascination Advertising and Brand Attitude Toward Advertising Messages on Blackberry*

Products Z10 in Pekanbaru).

- Rahmadi, S. M. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin, Kalimantan Selatan: Antasari Press.
- Rilo, M., Manajemen, A. J., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Banjarmasin, U. (n.d.). *Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Bukalapak Versi Harbolnas*. <http://feb.jtam.unlam.ac.id>
- Rosandini, G., & Ferdinand, T. (2012). ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK MEDIA LUAR RUANG, POPULARITAS ENDORSER, DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP EFEKTIVITAS IKLANGUNA MENUMBUHKAN TOP OF MIND PRODUK SIMCARD GSM PRABAYAR MENTARI (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). In *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Sufa, F., & Munas Bambang. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 226–233. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>