

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Assael. 2013. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Beyhaki, Zainul Arifin dan Edy Yulianto. 2017. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Daihatsu Xenia Periode Januari – Desember 2014 pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 51 Nomor 2. Hal. 93-99.
- Brightayati, Liera. 2017. Efektivitas Iklan dengan Menggunakan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus terhadap Iklan Pond's Flawless White di Indomaret Karanganyar). *Jurnal Manajemen*, Vol. 4 No. 2. Hal. 31-42.
- Cahyo, Aqsa Dwi, Imam Suyadi dan Sunarti. 2013. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Rokok Gudang Garam International Warga Kelurahan Sobo Kecamatan Kota Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 26 No. 1. Hal. 1-10.
- Cetin, Dilek, Asli Kuscü dan Dilek Saglik Azcam. 2017. Determinants and Consequences of Advertising on Consumer Trust and Buying Behavior on Cigarette Product in Saudi Arabia. *Journal of American Science*, Vol. 12, No. 4. Hal. 104-115.
- Chinomona, Richard dan Eugene Tafadzwa Maziriri. 2019. Aida (Attention, Interest, Desire and Action) Model: An Invisible Promotional Tool – Maruti Suzuki India Limited Perspective. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, Volume-8 Issue-12. Page. 4807-4813.
- Creswell, John W. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, Ida Ayu Pradnya Maha. 2016. Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action) Studi pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, Vol. 8 Nomor. 3. Hal. 1-10.
- Dewi, Ida Ayu Pradnya Maha. 2016. Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action) Studi pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, Vol. 8 No. 3. Hal. 1-10.

- Duffet, Rodney Graeme. 2017. Facebook Advertising's Influence On Intention-To-Purchase And Purchase Amongst Millennials. *Emerald Insight*, Vol. 4, No. 1. Hal. 498-526.
- Durianto. 2013. *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Elnaga, Amir Abou Elnaga dan Saad Saud Abunayyan. 2016. Determinants and Consequences of Advertising on Consumer Trust and Buying Behavior. *Journal of American Science*, Vol. 12 No. 4. Page. 104-115.
- Ferdinand, Augusty. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jefkins, Frank, 2016. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 2017. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT Pustaka.
- Khomariyah, Siti, Sri Andayani dan Awin Mulyati. 2015. Pengaruh Advertising dengan Konsep AIDA terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Merk Simpati. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, Vol. 1 No. 1. Hal. 1-8.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip . 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, Agung. 2015. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembahaman.
- Kusumadewi, R. Neny. 2015. Pengaruh Periklanan Komersil dengan Konsep AIDA terhadap Keputusan Pembelian pada Media Radio Radika 100,3 FM Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*. Vol. 2 No. 2. Hal. 102-125.
- Lamb, Jr Charles W. Hair Jr. 2012. *Pemasaran (Marketing)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lwin, May dan Jim Aitchiso. 2015. *Cluess In Advertising*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Malik, Muhammad Ehsan, Muhammad Mudasar Ghafoor dan Hafiz Kashif Iqbal. 2018. Some Insights in the Historical Prospective of Hierarchy of Effects

- Model: Attention, Interest, Desire and Action A Short Review Study on Seven Stars Cigarette. *Information Management and Business Review*, Vol. 6, No. 6. Hal. 301-308.
- Martoyo, S. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BFFE.
- Masruchin, Charis dan Marlien. 2017. Efektifitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire, dan Action) Studi Pada Konsumen Rokok LA Bold. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 2. Hal. 102-124.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Pujiyanto. 2016. *Periklanan*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Riyanto, Makmun. 2018. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya terhadap Sikap Merek Studi Kasus pada Iklan Ponds di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*, Vol. 3 No. 2. Hal. 1-134.
- Severi, Erfan and Kwek Choon Ling. 2018. Fair Trade usiang AIDA (Attention, Interest, Desire and Action) and its impact on the purchasing process Study on Kent Cigarette. *Master Thesis*. Page. 1-45.
- Shah, Kruti. D'Souza, Alan. 2016. *Advertising and Promotion: An IMC Perspective*. New Delhi: The McGraw-Hill Company.
- Shimp, A Terence. 2016. *Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shofian, Fitrohmana. 2017. Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) dalam Advertising terhadap Keputusan Pembelian pada Produk PT. Djarum (Djarum Super). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 2. Hal. 1-13.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press
- Swastha, Basu dan Irawan. 2012. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha. B dan T. H. Handoko. 2015. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tamilselvan, K dan Kumaresan, S. 2020. Effectiveness of Advertising on Consumr Buying Decision Making Style with Special Reference to Home Appliances at Chennai City. *Wutan Huatan Jisuan Jishu*, Vol. 16, No. 9. Hal. 246-256.
- Taufik, Fikry Akbar. 2017. Analisis Pengaruh Etika Iklan dan Visualisasi Iklan terhadap Persepsi Konsumen Atas Iklan-Iklan Deterjen di Televisi "Studi

pada Konsumen Produk-Produk Deterjen di Wilayah Bulusan, Semarang”.  
*Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, Vol. 1 No. 2. Hal. 1-70.

Ur Rehman, Fazal, Farwida Javed, Tariq Nawaz, Ishfaq Ahmed dan Shabir Hyder.  
2018. Some Insights in the Historical Prospective of Hierarchy of Effects  
Model: A Short Review. *Information Management and Business Review*,  
Vol. 6 No. 6. Page. 301-308.

Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dalam  
Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

