

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fajar Awaludin, Muhamad, Bernadin M. Dwi, and Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. 2020. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Online Di Bukalapak Menggunakan Model Aida." *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* 1(2016):1211– 25.
- [2] Hermawan, Agus. 2018. *KOMUNIKASI PEMASARAN*. edited by A. Maulana. Jakarta: Erlangga.
- [3] Ichsanudin, and Hery Purnomo. 2021. *ANALISIS GAYA HEDONIS STATUS SOSIAL VARIASI PRODUKTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK*. edited by R. R. Rerrum. Bandung.
- [4] Johar, Diah Syafita, Srikandi Kumadji, and Muhammad Kholid Mawardi. 2017. "Pengaruh AIDA (Attention,Interest,Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online." *Jurnal Administrasi Bisnis* 26(1):1–10.
- [5] Khairani, Zulia, Efrita Soviyant, and Aznuriyandi Aznuriyandi. 2018. "Efektivitas Promosi MelaluiInstagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Benefita* 3(2):239. doi: 10.22216/benefita.v3i2.2738.
- [6] Musnaini, Yohanes Totok Suryoto, Wiwik Handayani, and Muhammad Jihadi. 2021. *MANAJEMEN PEMASARAN*. edited by H. Wijoyo. Solok.
- [7] Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2008. *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN*. Dua Belas. edited by A. Maulana, D. Barnadi, and W. Hardani. Jakarta: Erlangga.
- [8] Santoso, Imam, and Harries Madiistriyatno. 2021. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. edited by A. Racmatullah, I. Media, and I. Syahirl Alim. Tangerang: Indigo Media.
- [9] Sudarsono, Heri. 2020. *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN*. edited by N. Ilminingrum. Jember.
- [10] Zaini, Irwan, Dessy Kurnia Sari, Danny Hidayat, Donard Games, and Hutria Yosmarisa. 2020. "Respon Konsumen Terhadap Image Appeal Iklan Di Media Sosial: Studi Pada Instagram UKM Rendang Gadih Payakumbuh." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 3(3):17. doi: 10.32493/jpkpk.v3i3.4524.