DAFTAR PUSTAKA

A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.

Arikunto, Suharsimi 2012. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Edisi Revisi VI. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Basu Swastha. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty

Basu, Swasta dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran . Bndung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera

Elisa, dan Yusnizal Firdaus. 2015. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun LIFEBUOY." *Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 13(3): 299–308.

Gitosudarmo, Indriyono, 2008, Manajemen Pemasaran, edisi kedua, cetakan keenam, Yogyakarta: Penerbit: BPFE.

Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Iklan, Pengaruh, Media Elektronik, Dan Word, dan Of Mouth. 2021. "Pengaruh Iklan Media Elektronik Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus Pengguna Traveloka Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nganjuk)."

Kotler and G.Amstrong, 2012. Dasar-dasar pemasaran, Edisi ke-6. Terjemahan Wilhemnus W. Bokowatum. Jakarta : Intermedia Jakarta

Kotler, dan Armstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid . Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga

Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.

Kotler. Phillip dan Amstrong. 2011. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.

Machfoedz, M. 2013. Pengantar Pemasaran Modern. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.

Ramadhani, Khoirul Rizal. 2019. "Pengaruh Iklan Media Elekteronik dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen."

Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Shiratina, Aldina et al. 2020. "Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital." *Jurnal Sain Manajemen* 2(1): 15–23.

Sugiarto. 2017. Metodologi Penelitian Bisnis.Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV.Alfabeta

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Tanoni, R. V. 2012. Pengaruh iklan terhadap minat beli konsumen melalui citra merek dan sikap pada minuman isotonic Mizone di Surabaya.

Tjiptono, Fandy. 2003. Strategi Pemasaran edisi 2. Yogyakarta:Andi

Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris, 2016. Metodelogi Penelitian. Palembang: Universitas Sriwijaya.

https://insight.kontan.co.id/news/infografik-belanja-iklan-selama-tujuh-bulan-pertama-2020-mencapai-rp-122-triliun diakses pada tanggal 26 Februari 2021 pukul 12:00

https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=emina,wardah,makeover,mustika%20ratu,purbasari diakses pada tanggal 26 Februari 2021 pukul 12:30