

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Gyamfi Abibio, E. E. (2016). Effect of Advertusing on the Brand Loyalty of Cosmetic Products among College Students. *International Review of Mangement and Marketing*.
- Almana, L. O., Sudarmanto, & Wekke, I. S. (2018). *Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi*. Sleman: Deepublish.
- Ardani, D. (2015). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*. Denpasar.
- Ariawaty, R. N., & Evita, S. N. (2018). *Metode Kuantitatif Praktis*. Bandung: PT Bima Pratama Sejahtera.
- Bintang, & Sutrisna. (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terintegrasi dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PT. Bank Sumut Cabang Sidiklang)*. Sumatra Utara.
- Cicek, & Erdogmus. (2012). The Impact of Marketing Communication on Brand Loyalty.
- Dwi. (2017). Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Taperma PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik.
- Eunike. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel Indonesia.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hanggara, A. (2020). Pengantar Akuntansi. Surabaya: CV Jakad Publishing
- Hameed, F. (2012). The Effect of Advertising Spending on Brand Loyalty Mediated by Store Image, Perceived Quality and Customer satisfaction: A Case of Hypermarkets. *Asian Journal Of Vusiness Management, Vol.5 No.1*.
- Hannien, & Karjaluto. (2017). The effect of marketing communication on loyalty.
- Hardiman, Ima. 2006. 400 Istilah Media Dan Periklanan. Bandung: Gaul Publisher
- Hong-Youl Ha, J. J. (2011). The Effects of Advertising Spending on Brand Loyalty In Service. *Eropean Journal of Markeing*.
- Iqbal S, S. (2019). The Impact of Desceptive Advertising on Customer Loyalty: a Case of Telecommunication Industry in Karachi, Pakistan. *JEL, Vol 4 No. 1*, 39-69.

- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Phillip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Luh Rani Wijayanti, S. W. (2015). Pengaruh Terpaan Iklan, Publisitas, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Garuda Indonesia. *Interaksi Online, Vol.3, No.3*.
- Magfira, N. (2020). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Teh Botol Sosro (Studi Konsumen Kota Bima). *JBE, Vol.1 No.2*.
- Merisavo. (2006). *The Effect of Marketing Communication on Customer Loyalty*.
- Nila Kusuma Dewi, G. A. (2012). *Jurnal management dan Kewirausahaan*.
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan*. Jakarta: KENCANA.
- Pranata, M. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen CV Laris Motor Cabang Air Haji*. Sumatra Barat.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik Dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: GAVA MEDIA
- Raharjo, T. W. (2020). *Respon Terhadap Merk Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan di Youtube*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Setiawan, & Firmanin. (2019). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan KBM (kesatuan Bisnis Mandiri) Perum Perhutani Probolinggo.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refka Aditama.
- Singusong, S. (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terintegrasi dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada hotel grand Zuri Pekanbaru*. Pekanbaru.
- Siswantini. (2017). *Pengaruh komunikasi pemasaran, pengalaman dan kualitas jasa terhadap citra, kepuasan dan loyalitas*. Jawa Barat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.

- unyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2018). In S. S. Drs. Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (pp. 226-236). Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Sunyoto, D. (2015). *Prilaku konsumen dan pemasaran* . yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Syafrida hafni sahir, m. n. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Tri Handayani, D. S. (n.d.). Analisis Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Halal Moreskin Di Sragen. *Vol.13, No.1*.
- Triatmojo. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei Pada Pengguna Sim Card Xl Axiata Di My Xl Forum.
- Ukaj, & Mullatahiri. (2019). The Effects of E-marketing Communications on Brand Loyalty: The Case of Mobile Telephone Operators in Kosovo.
- Wicaksono. (2018). *Efek Strategi Komunikasi Pemasaran pada Loyalitas Pelanggan Apotek K-24 Mulyosari*. Multyosari.
- Wiranti, C. E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bukopin. *Ekonomi & perbankan, Vol.2 No.2* .
- Zephaniah. (2019). Examining the effect of customers' perception of bank marketing communication on customer loyalty.