

REFERENSI

- A. Shimp Terence, (2007) “*Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*”. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga
- Devanti, Anna (2018) *Pengaruh Terpaan Iklan Video Ads Agoda Terhadap Loyalitas Merek*. S1 Thesis, UAJY.
- Gunawan, K. & Djati, S.P. (2011). Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien : Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.13, No. 1, Maret 2011: 32-39
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
<https://www.transform-our-world.org/values-and-wellbeing/care-for-our-natural-world-youth-survey-2020>
- Kasemin K. (2015) *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mayank Yadav, (2018), The influence of social media marketing activities on customer loyalty, A study of *e-commerce* industry, Benchmarking: *An International Journal*, Vol. 25 No. 9, 2018, pp. 3882-3905 © Emerald Publishing Limited, 1463-5771 DOI 10.1108/BIJ-05-2017-0092
- Muchardie, et.all, (2016), Effect Of Social Media Marketing On Customer Engagement And Its Impact On Brand Loyalty In Caring Colours Cosmetics, Martha Tilaar, *Binus Business Review*, 7(1), May 2016, 83-87, DOI: 10.21512/bbr.v7i1.1458
- Munas, Bambang dan Faella Sufa. (2015). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang). Universitas Diponegoro.
- Musanto, T. (2004), Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, NO.2, September 2004: 123 –136.
- Nasir, Moech. (2016). Analisis Pengaruh Bintang Iklan Dan Jingle Iklan Terhadap Daya Ingat Konsumen Produk “Vaseline Men” (Studi Kasus Pada Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pratiwi, Wayan Arisna dan Gede Bayu Rahanatha. 2016. Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar. Vol 5. No 12. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali Indonesia.
- Purnaningwulan, Ratih Desianita. (2015). Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk

- Revlon Dengan Motivasi Konsumen Wanita Dalam Melakukan Pembelian Produk Di Mall Surabaya. *Jurnal* Vol 4, NO 2. Commonline Departemen Komunikasi.
- Rahmawati , Nur. (2013). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. Vol. 1. No. 1. *eJournal Ilmu Komunikasi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai: *Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi. sites.google.com/view/Lusia-Sari-NATURAWORLD
- Sugiyono, (2011), *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Alfabeta, Bandung
- Wibowo, Setyo Ferry & Maya Puspita Karimah. (2012). Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian sabun lux (survei pada pengunjung mega bekasi hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Jakarta. Vol 3, No. 1.
- Zanete Garanti, (2019), The effects of social media brand personality on brand loyalty in the Latvian banking industry, *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 37 No. 6, 2019. pp. 1480-1503, © Emerald Publishing Limited, 0265-2323, DOI 10.1108/IJBM-09-2018-0257
- Hartini, S. (2016). Efektifitas Endorsment Pada Media Sosial Instagram Pada Produk Skin Care. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 43-50.
- Ababio, A.G. & Yamoah, E.E. 2016, 'Effect of advertising on the brand loyalty of cosmetic products among college students', *International Review of Management and Marketing* , vol. 6, no. 1, pp. 11 – 5