

Daftar Pustaka

- Amstrong, Gary dan Philip Kotler. 2001. *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Alih bahasa Damos Sihombing. Erlangga. Jakarta
- Assael. 2002. *Costumer Behavior*. Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Assauri, Sofjan (2013) **Manajemen Pemasaran**. Rajawali Pers. Jakarta
- Brightayati. 2010. Efektifitas Iklan dengan Menggunakan Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) terhadap Minat Beli Konsumen.
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jarome McCarthy. 2009: Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Dewi. 2016. Efektifitas Iklan Dengan Analisis AIDA Studi pada Penggunaan Sepeda Motor Yamaha di Kota Singaraja
- Ferdinand, agusty, 2006, Structural Equation Modeling Dalam penelitian Manajemen. Edisi 2, BP UNDIP : Semarang
- <https://selular.id/2019/08/idc-top-5-vendor-smartphone-indonesia-q2-2019/>
- <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/research/inilah-10-produk-selular-dengan-belanja-iklan-tertinggi-di-2017/>
- Ichsan, Rizky Maulana. 2018. Pengaruh *Celebrity Endoser* Agnes Monica terhadap Minat Beli Vivo V7 Plus. Universitas Bakrie. Jakarta
- Indriantoro, Nur. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen. Yogyakarta: BPF
- Jogiyanto. 2004. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPF.
- Kotler & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Amstrong. 2010. Principles Of Marketing. 13 Edition. New Jersey. Upper Saddle River: Pearson Printice Hall.
- Lee, Monle and Carla Johnson. 2011. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. Edisi pertama. Terjemah oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Kencana Prenanda Media Group. Jakarta

- Lorenza, Toruan dan Rachel Mia. 2018. Terpaan Iklan Vivo V7+ dan Minat Beli Produk. Universitas Sumatra Utara.
- Raharjo. 2017. Terpaan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli pada Perempuan (Studi Kuantitatif Pengaruh Terpaan Iklan Extra Joss Blend pada Televisi Terhadap Minat Beli Tim Futsal Perempuan di Kota Surakarta Tahun 2016).
- Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. PT indeks. Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2008. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana
- Shimp, Terence A. 2000/2003. Advertising Promotion and Supplement Aspect of Integrated Marketing Communication 5th Edition ; Alih Bahasa : Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, edisi ke-5 , Terjemahan: Reyvani Syahrial. Jakarta : Erlangga
- Shimp, Terence. 2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi ke 5. Erlangga. Jakarta
- Shofian, Fitrohmana. 2015. Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super). Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, Pp 4-5
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung
- Sunanto. 2017. Efektifitas Iklan TV berdasarkan Model AIDA terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 4 Nomor 2.