

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk dan Merek, August*, 143–144.
- Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan *Brand Awareness*. *Brand Marketing: Teh Art of Branding, January*, 105–116.
- Soehadi, Agus W. (2005). *Effective Branding Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*. Bandung: Quantum Bisnis dan Management
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Soegiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Nazaruddin, Nirzalin, candrasari, R., suadi, bakar, M. b., anismar, . . . Yunanda, R. (2021). *Panduan Penulisan Skripsi Dan Tesis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Malikussaleh*. Unimal Press.

Sumber Skripsi :

- Syafitri, E. (2021). Pengaruh *Jingle* Iklan Dan *Tagline* Terhadap *Brand Awareness* Wafer Tango Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. *Fakultas Ekonomi*.
- Nasution, I. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap *Brand Awareness* PT Pupuk Iskandar Muda. *Universitas Malikussaleh*.
- Syah, R. (2019). Pengaruh *Jingle* dan *Tagline* Iklan Teh Botol Sosro Terhadap *Brand Awareness* pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Riau*.
- Darno, (2007). Efektifitas *Tagline* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. *Universitas Negeri Malang*

Sumber Jurnal :

- Mahisa, R. K., Sulhaini, & Darwini, S. (2019). Analisis Pengaruh *Tagline* dan Brand Ambassador Terhadap *Brand Awareness* Telepon Seluler Merek Oppo (Studi Pada Pekerja Kantoran Di Kota Mataram. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sukma, B., & Rivaldo, R. (2022). Pengaruh *Tagline* Terhadap *Brand Awareness* Pada Software Invoice Paper.Id. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1705>
- Ardiyani, K. K. (2014). *Analisis Pengaruh Elemen Jingle Terhadap Efektivitas Iklan Coca-Cola Versi Cahaya Ramadhan (Studi Pada Mahasiswa*

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). 1–23.

- Ismiyadi, A., Fanani, A. F., Handayani, S., Novelia, D., & Astutik, W. (2022). Pengaruh *Tagline* Dan *Jingle* Iklan Terhadap Pembentukan *Brand Awareness*. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 7(2), 87–101. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1084>
- Putri, R. A. C., & Putra, D. K. S. (2021). Pengaruh *Jingle* Iklan “Semua Pasti Untung” Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Merek Pada E-commerce Bukalapak. *eProceedings of Management*, 8(3), 1–15.
- Septiningrum, W., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh *Jingle* Iklan Susu Koperasi Peternakan Bandung Selatan Pengalengan terhadap *Brand Awareness*. *Management*, Vol. 6, No(2), 5107.
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan *Jingle* Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 713–725. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29758>

Sumber Website

- Frontier, T. B. A. (2022). *Top Brand Index Fase 1*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=top-brand
- PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. (n.d.). *Data dan Lokasi Perguruan Tinggi Universitas Malikussaleh dan Sekitarnya*. Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/MjBCOUI4OEYtODVGMI00Mzc4LUJDNkYtNzIFNTIBNDE5NEE3
- PT Sinar Sosro. (2018). *PT Sinar Sosro Profile Perusahaan*. PT Sinar Sosro. <https://sinarsosro.id/profile%0A>
- Companiesfacts. (2023). *Company Registration Information PT Sinar Sosro*. <https://companiesfacts.com/indonesia/pt-sinar-sosro%0A>
- Fisip Universitas Malikussaleh. (2023). *Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh 2023*. <https://www.fisip.unimal.ac.id/program-studi>