

DAFTAR PUSTAKA

- Adzelia, I. R., & Rinawati, R. (2019). Hubungan Jingle Iklan “Shopee Slank Pasti Ada” di TV dengan Brand Awareness Shopee. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 661–666.
- Agustini, Bakti, R., & Olinfia, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador , Iklan dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3937–3951.
- Alkhalwaldeh, A. M., Al-Salaymeh, M., Alshare, F., & Eneizan, B. M. (2017). The Effect of Brand Awareness on Brand Loyalty : Mediating Role of Brand Commitment. *European Journal of Business and Management*, 9(36), 38–47.
- Anggraini, B. Y. Y. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Lee Min Ho Pada Tampilan Video Promosi “Lazada 11.11 Diskon Terbesar Satu Hari!” Di Kanal Youtube Lazada Indonesia Terhadap Brand Awareness Lazada Indonesia*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ansoriyah, S. (2017). PENGARUH PEMBERIAN MUSIK KLASIK TERHADAP KEMAMPUAN MENULIS BERITA SISWA SMAN 37 JAKARTA. *AKSIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 149–200. <https://doi.org/10.21009/AKSIS>
- Ardiyani, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Elemen Jingle Terhadap Efektivitas Iklan Coca-Cola Versi Cahaya Ramadhan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 12–26.

- Aryadita, H., Widyastuti, D. A., & Wardani, N. H. (2017). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual. *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10(1), 29–36.
- Baihaqi, M., & Krisprimandoyo, D. A. (2021). Effect of Need, Easy, and Trust on the Intensity of Using the Mobile Health Application to Conduct a Laboratory Examination. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 91–101.
- Banowati, K. (2018). Pengaruh Jingle Iklan Pesona Indonesia Di Televisi Terhadap Respon Afektif Khalayak. *Dialektika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–6.
- Bayu, D. (2022). *Riset: Milenial Paling Banyak Belanja di E-Commerce pada 2021*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-milenial-paling-banyak-belanja-di-ecommerce-pada-2021>
- Budhi, G. S. (2016). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 78–83. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v1i2.10880>
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih metode penelitian yang tepat: bagi penelitian bidang ilmu manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(April), 287–292.
- Dewi, L. K. C., Mustika, I. K., Antari, N. L. S., & Ariawan, P. E. (2022). Jingle Dan Tagline Iklan Televisi Terhadap Purchase Intention Generasi Millennial Kota Denpasar Melalui Brand Awareness Produk teh Pucuk. *Journal of Applied Management Studies*, 4(1), 15–23.

<https://doi.org/10.51713/jamms.v4i1.57>

Dwianti, S., Lestari, M. T., & Nurfebiaraning, S. (2015). Terhadap Sikap Khalayak Di Kota Surabaya the Influence of Mastin Mangosteen Peel ' S Extract Tv Advertising Towards the Behavior of People in Surabaya. *E- Proceeding of Management*, 2(3), 4001–4010.

Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117.

<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>

Geisfarad, H. (2022). Pengaruh Jingle Iklan Gulaku Terhadap Brand Awareness Audience Ibu-Ibu Arisan Komplek Meruya – Jakarta Barat. *KOMUNIKOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 54–61.

Ginting, F., Buulolo, E., & Siagian, E. R. (2019). Implementasi Algoritma Regresi Linear Sederhana Dalam Memprediksi Besaran Pendapatan Daerah (Studi Kasus: Dinas Pendapatan Kab. Deli Serdang). *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer)*, 3(1), 274–279.

<https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1602>

Hizkia, C. (2022). Pengaruh Jingle dan Tagline Iklan terhadap Pembentukan Brand Awareness (Studi pada Jingle “Shopee Shark Challenge” dan Tagline “Gratis Ongkir Se-Indonesia” di Televisi terhadap Masyarakat di Kota Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(4), 279–289.

<https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1084>

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>
- Jamiati, Hamima, N. W., & Ardia, V. (2020). Analysis Of Tokopedia's Advertising Creativity "Waktu Indonesia Belanja." *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 13(2).
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Katamba, P., & Djoh, R. K. (2017). Prediksi Tingkat Produksi Kopi Menggunakan Regresi Linear. *Jurnal Ilmiah FLASH*, 3(1), 42–51.
<http://jurnal.pnk.ac.id/index.php/flash/article/view/136>
- Kholifah, N. (2019). Pendekatan Ilmiah (Scientific Approach) Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti Kurikulum 2013: Studi Analisis Berdasarkan Paradigma Positivistik. *CENDEKIA : Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.37348/cendekia.v5i1.70>
- Kim, J. H. (2019). Multicollinearity and misleading statistical results. *Korean Journal of Anesthesiology*, 72(6), 558–569.
- Landwehr, J. R., & Eckmann, L. (2020). The nature of processing fluency: Amplification versus hedonic marking. *Journal of Experimental Social Psychology*, 90(April 2019). <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2020.103997>
- Lyna, L., & Prasetyo, S. I. (2021). Pengaruh Website Quality, Customer Experience, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*,

2(1), 53–63. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.133>

Mahdi, M., & Khaddafi, M. (2020). The Influence of Gross Profit Margin, Operating Profit Margin and Net Profit Margin on the Stock Price of Consumer Good Industry in the Indonesia Stock Exchange on 2012-2014. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 1(3), 153–163. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v1i3.53>

Manik, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Kantor Camat Pendalihan Iv Koto Kabupaten Rokan Hulu. *International Journal of Social Science and Business*, 1(4), 257. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v1i4.12526>

Marissa, D. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketplace Lazada Di Palembang*. STIE Multi Data Palembang.

Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>

Melati, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Jingle Iklan Terhadap Brand Awareness (Studi pada Pengguna Situs Belanja Online Shopee di Purworejo). *Volatilitas*, 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>

Murphy, D. H., Huckins, S. C., Rhodes, M. G., & Castel, A. D. (2022). The effect of perceptual processing fluency and value on metacognition and remembering. *Psychonomic Bulletin and Review*, 29(3), 910–921. <https://doi.org/10.3758/s13423-021-02030-8>

- Naibaho, D. E., Sipayung, R., & Tanjung, D. S. (2020). Hubungan Disiplin Belajar Dengan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Matematika Kelas V Di SD Negeri 24 Tanjung Bunga. *School Education Journal Pgsd Fip Unimed*, 10(4), 342–351. <https://doi.org/10.24114/sejpgsd.v10i4.20860>
- Nurlan, F. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. CV. Pilar Nusantara.
- Rahmah, S., Herawaty, T., & Syafa'atul Barkah, C. (2021). Pengaruh Jingle Iklan Versi “Baby Shark” Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia. *Journal IMAGE /*, 10(2), 75–85.
- Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience?. *Personality and social psychology review*, 8(4), 364-382.
- Rionaldy, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Bukalapak). *E-Proceeding of Management*, 6(1), 1140–1148.
- Rokhimah, S. A., Adi, I. K., Pratama, G., & Daniel, K. (2022). Pengamatan Sistem Informasi Perusahaan E-Commerce Lazada Indonesia. *SMART TECHNO (Smart Technology, Informatic, and Technopreneurship)*, 4(2), 71–78.
- Rosdianto, H., Murdani, E., & Hendra. (2017). Implementasi Model Pembelajaran Poe (Predict Observe Explain) Untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Siswa Pada Materi Hukum Newton. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 6(1), 55–58.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas

- Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Ruslan, R. (2019). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sasmita, S. (2013). Jingle Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness Produk Mizone. *Terob*, 4(1), 52–71.
- Schwarz, N., Bless, H., Wänke, M., & Winkielman, P. (2003). Ease of retrieval as information: Another look at the availability heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(2), 195–202.
- Septiningrum, W., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Jingle Iklan Susu Koperasi Peternakan Bandung Selatan Pengalengan Terhadap Brand Awareness. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5107–5117.
- Shabbir, M. Q., Khan, A. A., & Khan, S. R. (2017). Brand Loyalty Brand Image and Brand Equity: the Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 19(2), 416–423.
<http://www.ijias.issr-journals.org/>
- Shahid, Z., Hussain, T., & Azafar, D. F. (2017). The Impact of Brand Awareness on The consumers' Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 33(2), 157–165. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2017.04.011>
- Sholihin, U. (2021). Dampak Kompensasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Masa Pandemi Covid 19 dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(1), 86–99.
<http://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan>

- Sofyana, L., & Rozaq, A. (2019). Pembelajaran Daring Kombinasi Berbasis Whatsapp Pada Kelas Karyawan Prodi Teknik Informatika Universitas PGRI Madiun. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)*, 8(1), 81. <https://doi.org/10.23887/janapati.v8i1.17204>
- Sugiyono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Top Brand Award. (2023). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=643
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 76–84.
- Whittlesea, B. W., & Williams, L. D. (2000). The source of feelings of familiarity: The discrepancy-attribution hypothesis. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 26(3), 547.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of personality and social psychology*, 9(2p2), 1.
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.46445/ejti.v4i1.167>