

DAFTAR PUSTAKA

- Aiwan, T. Y. (2013). Efektivitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan Customer Response Index (CRI) Pada Perempuan di Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2), 298–307.
- Azis, A., & Nurfebriaraning, S. (2021). Analisis Efektivitas Iklan Gojek Versi Cerdikiawan di Televisi Sebagai Media Promosi Menggunakan Epic Model. *E-Proceeding of Management*, 469–476. Bandung: Universitas Telkom.
- Best, R. J. (2012). *Market-Based Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2014). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (6th ed.). Boston: Pearson Education.
- Durianto, D., Sugiarto, S., Widjaja, A. W., & Supratikno, H. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran* (1st ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fitriana, S. (2013). *Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Citra Merek*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Junianto, S. (2014). *Efektifitas Iklan “Top Coffe” Dengan Pendekatan Epic Model*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/1252054>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Terjemahan)* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kumala, G., Goenawan, F., & Monica, V. (2017). Efektivitas Iklan Brighton di Jawa Pos pada Masyarakat Surabaya. *Scriptura*, 7(2), 80–88.
- Lee, M., & Johnson, C. (2007). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Melinda, S. (2017). Efektivitas Billboard dan Signboard sebagai Media Promosi Suroboyo Carnival Park. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1), 1–12.
- Mutiara, N. A., & Hanifa, F. H. (2018). Efektivitas Iklan Pada Radio Play99ers Bandung Dengan Metode Customer Response Index (CRI) (Studi Kasus Pada Iklan Babakaran Cafe Cabang Buah Batu Bandung). *EProceedings of Applied Science*, 296–304. Bandung: Universitas Telkom.
- Pratiwi, D. E., Mustikasari, A., & Hanifa, F. H. (2020). Efektivitas Iklan Sosial Media Instagram Menggunakan Metode Customer Response Index (Studi Kasus Pada Avana Id Tahun 2020). *E-Proceeding of Applied Science*, 920–926. Bandung: Universitas Telkom.

- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, M. B. A., & Sudrajat, R. H. (2019). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Sampoerna A-Mild versi “Nanti Juga Lo Paham” Menggunakan EPIC Model Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 6284–9296. Bandung: Universitas Telkom.
- Riadi, M. (2020). Pengertian dan Jenis Skala Pengukuran dalam Penelitian. Retrieved January 21, 2022, from <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/pengertian-dan-jenis-skala-pengukuran.html>
- Romanti, G. N. (2018). *Pengaruh Sistem Pengendalian Internal, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kapasitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Survey Pada Pemerintah Kota Bandung)*. Universitas Pasundan.
- Sastika, W., Wulandari, A., & Hanifa, F. H. (2019). Customer Response Index (CRI): Pengukuran Efektivitas Iklan Smartphone Vivo V7+ Agnes Monica. *IKRAITH-HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 122–127.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sosiologis.com. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Retrieved August 19, 2021, from [http://sosiologis.com/metode-penelitian-%0Akuantitatif#:~:text=Mengapa melakukan penelitian kuantitatif%3F, antar variabel %0A dalam sebuah populasi.&text=Studi kuantitatif%0A deskriptif melakukan pengukuran,yang diselidiki hanya berlangsung sekali](http://sosiologis.com/metode-penelitian-%0Akuantitatif#:~:text=Mengapa%20melakukan%20penelitian%20kuantitatif%3F,antar%20variabel%20%0Adalam%20sebuah%20populasi.&text=Studi%20kuantitatif%0A%20deskriptif%20melakukan%20pengukuran,yang%20diselidiki%20hanya%20berlangsung%20sekali)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, F., Sarma, M., & Syamsun, M. (2015). Efektivitas Iklan dalam Menumbuhkan Brand Awareness SMA Sampoerna. *Manajemen IKM*, 10(2), 182–193.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, S. (2018). *Efektivitas Iklan El's Coffee Menggunakan Epic Model*. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.