

DAFTAR PUSTAKA

- Arnanto, H., & Khuzaini. (2017). PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9).
- Alo Liliweri, M. (2013). Dasar - Dasar Komunikasi Antar Budaya. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR
- Badan Informasi Geospasial, 2013, <http://www.big.go.id/berita-surta/show/big-serahkan-peta-nkri-kepada-kemenkokesra>
- Fadilah, J. (2017). Efektivitas Iklan Cetak Hydro Coco Dengan Menggunakan Metode Direct Rating Method. *Jurnal Komunikasi Akademi Komunikasi BSI Jakarta*, Vol 8, 112–120.
- Girsang, L. R. (2017). Pengukuran Efektivitas Iklan (Studi Komparasi : Iklan Media Cetak Dan Iklan Media Online). *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(2), 68–86.
- Harminingtyas, R. (2015). PENGARUH MEDIA IKLAN DAN MODEL IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KOPI BUBUK SIAPSAJI MEREK LUWAK WHITE KOFFIE DI KOTA SEMARANG. *Jurnal STIE Semarang*, 7(3), 82-111.
- Ismawati Doembana, Abdul Rahmat, dan Muhammad Farhan. 2017. Buku Ajar: Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Junaedi, Fajar. 2013. Komunikasi Politik : Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia. Jakarta: Buku Litera.
- KBBI, <https://kbbi.web.id/kualitas>
- Kertamukti, Rama. 2015. Strategi Dalam Periklanan. Jakarta: PT. Raka Grafindo Persada.
- Subani, W. Dan H.R. Barus. (1989). Alat Penangkapan Ikan dan Udang Laut di Indonesia. Jakarta : BPPL-BPPP. Departemen Pertanian.
- Susilowati, . (2015). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS PAKUAN DALAM MEMILIH RUMAH KOST. *Jurnal Komunikasi*, 6(2).
- 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*, VIII(1), 76–84.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.