

DAFTAR PUSAKA

Buku:

- Baran, Stanley J. 2012, *Pengantar Komunikasi Massa : mlek media & budaya*, Erlangga, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana 2007, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT.Remaja Rosdakarya, Bandung
- Fiske, Jhon. 2012, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kertamukti, Rama. 2015, *Strategi Kreatif dalam Periklanan : konsep pesan, media, branding, anggaran*, PT Raja GrafindoPersada, Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2012, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana, Jakarta
- Kotler Philip. 2007, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Perdana Printing Arts, Surabaya
- Martono, Nanang. 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Morissan, 2007, *Periklan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ramdina Prakarsa, Jakarta
- Morissan, Wardhani, Andy Corry dan Hamid, Farid. 2010, *Teori Komunikasi Massa : Media, Budaya, Masyarakat*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung
- Suhandang, Kustadi. 2010, *Periklanan : Manajemen, Kiat, Strategi*, Nuansa, Bandung
- Sunyoto, Danang. 2013, *Praktik Riset Perilaku Konsumen : Teori, Kuisisioner, Alat dan Aanalisis Data*, A Caps, Yogyakarta
- Soemanagara, Rd. 2012, *Strategic Marketing Communication : Konsep Strategis & Terpaan*, Alfabeta, Bandung
- Yanty, Isa Ambadar Jackie, Abidin Miranty. 2007, *Mengola Merek*, Yayasan Bina.Karsa Mandiri, 2007

Jurnal

Apriana, Adya, 2014 “Strategi Penempata Iklan Produk Wardah Dalam Membentuk *Brand Awareness* Khalayak” Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional, Jakarta

Fazry, L. (2011). Pengaruh Tagline dan Above The Line Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Axis di SMA Negeri 3 Cimahi. Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia.

http://repository.upi.edu/operator/upload/s_mbs_0606968_chapter2.pdf.
diakses tanggal 14 Maret 2016

Fildzah, Tasya Zahra, 2016 “Pengaruh *Tagline* Pada Aplikasi Mobile Go-Jek Terhadap *Brand Awareness*” Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional, Jakarta

Hidayat, Luthfi, 2014 “Hubungan Antara *Tagline* Oli Yamalube Terhadap Minat Beli Pengguna Motor Yamaha” Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional, Jakarta

Pamuji, Melinda Restu, 2015 “Hubungan Efektivitas Iklan Televisi dengan *Brand Awareness*” Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional, Jakarta

Saputra, Akbar Aji, 2016 “Efektivitas Endorses Iwan Fals Versi Beli Dua Gratis Satu” Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional, Jakarta

Website

Brand ambassador OPPO F1S, diakses 2 Maret 2017

<https://arenalte.com/berita/produk/oppo-raisa-phone/>

Sejarah OPPO, diakses 26 Maret 2017

<http://www.oppo.com/id/about-us/>

OPPO Store Mall Taman Anggrek, diakses 26 Maret 2017

<https://www.tabloidpulsa.co.id/news/19476-oppo-resmikan-store-2-0-di-mall-taman-anggrek-jakarta>

Top Brand Indeks, diakses 21 Juli 2017

www.topbrand-award.com