

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rofiq, dkk “Pengaruh Penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli kartu perdana IM3 di lingkungan mahasiswa fakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya)
- Alqur’an, al-Qashash ayat 77, *Al-qur’an dan Terjemahannya* (Surabaya: Departemen Agama RI, CV Pustaka Agung Harapan, 2006), 543.
- Ambar Lukitaningsih, “Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”, *Jurnal Ekonoi dan Kewirausahaan* 13, No.2 (2013)
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2017)
- Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2013)
- Diah Syafita Johar, dkk, “Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorabel Project”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* No.2 (2015)
- Diva Thea Theodora Ismail, “Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Di Dinas Arsip Dan Perpustakaan Kabupaten Bandung”, *Journal Of Information and Library Science* 12, issue 1 (2021)
- Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010,)
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), 149.
- Endang naryono, dkk , “AIDA Analysys (Attention, Interst, Desire, Action) toward Advertising Efectiveness As a Basic Online Shop Marketing Strategy In Sukabumi City’, *Jurnal Ekonomedia* 7, No. 1 (2018)
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Diserati: Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013)
- Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*, (Magelang : UNIMMA PRESS, 2018), 46.

- Febrina Syah Putri Nasution dan Ama Suyanto, “Efektivitas Iklan Media Sosial Menggunakan Epic Ac Nielsen Pada Operator Seluler di Indonesia’, *Jurnal e-proceeding of Management* 3, No. 3 (2016) : 2665
- Fina Fitriyana, dkk, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Online Shop Menggunakan Structurak Equation Modeling”, *Jurnal Gaussian* 2, No. 2 (2013) : 2
- Fitrohmana Shofian ,”Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super),” *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, (2015)
- Franks Jefkins, *Periklanan*, terj. Haris Munandar, (Jakarta: Erlangga, 1997), 15
- <http://sastrawanmha.blogspot.com/2015/10/meninjau-kriteria-inklusi-dan-eksklusi.html> diakses pada Rabu 18 Agustus pukul 21:55
- Ida Ayu Pradnya Maha Dewi, “Efektivitas Iklan Dengan analisis AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) studi pada pengguna sepeda motor merek yamaha di kota singaraja, *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi* 8, No. 3 (2016)
- Joseph P. Cannon, dkk, *Pemasaram Dasar Pendekatan Manajerial Global*, edisi 16, jilid 2, terj. Dianan Angelica dan Ria Cahyani, (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1989),567
- Liera Brightayati, “Efektifitas Iklan dengan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap Minat Beli Konsumen”, *Fakultas Ekonomi* (2010) : 15
- Masrukhim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009),134
- Mudjarat Kuncoro, dkk, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2003), 124
- Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Progam Sarjana IAIN Kudus (IAIN Kudus: 2018), 31
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 2, Terj. Alexander Sindoro, (Jakarta: PT Indeks, 2004), 646
- Philip Kotler, dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, 202

- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT INDEKS, 2004)
- R. Neny Kusumadewi, “Pengaruh Periklanan Komersil dengan Konsep AIDA terhadap keputusan pembelian pada media radio radika 100,3 FM Majalengka”, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi* 2, No. 2 (2015)
- Setyo Nur Dwi Sasongko dkk, “Efektifitas Iklan Vivo V15 dengan model AIDA terhadap minat beli pengunjung roxy Mall Jember, *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*
- Sufyan, “Analisis Efektivitas Iklan Produk Mobil Toyota Avanza di Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sekretari* 1, No. 1 (2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2004)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitas, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2012), 91
- Sunanto, “Efektivitas Iklan Tv Berdasarkan Model Aida Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Iklan Tv Indomie Pada Konsumen Di Indomaret Serua),” *KREATIF | Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* No.2, (2017)
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)
- Wiratna Suwarjeni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)
- Wiratna Suwarjeni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2017)
- Yeri Sutopo dan Ahmad Slamet, *Statistik Inferensial*, 41.