

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Adisaputro. (2010). *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Ambadar, J., Abidin, M., & Isa, Y. (2007). *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- David & Rangkuti, F. (2014). *Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba Empat
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hasbun, B., & Ruswanty, E. (2016). *Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line)*. *Journal of Business 2 : 1, 2-4*.
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lee, M., & Carla Johnson. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global, Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), hlm. 6
- Margono, D. S. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka CiPTa.
- Miles, M. B., & A. Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif (diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: UI Press 2009.
- Nugroho, J. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz Di Semarang*. Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Universitas Diponegoro Semarang.
- Rossiter, John, R. & Percy. (1997). *Advertising and Promotion Management, Mc Graw-Hill Book Company, United States of Amerika*
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Soemanagara, R. (2012). *Strategic Marketing Communication : Konsep dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, William J. (2016). *Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh, Jilid I*. Jakarta:Erlangga

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Wulandari, Astri (2020) *Hasil Similiry Komunikasi dalam Pemangku Kepentingan (Stakeholder Communication)*. Other. Sedayu Sukses Makmur
- Wulingajm.com. (2022, November). *Retrieved from Wulingajm.com: <https://wulingajm.com/dealer>* diakses pada 2022
- Wuling.id. (2022, November). *Tentang Wuling. Retrieved from wuling.id: <https://wuling.id/>* diakses pada 2022