

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Erlangga
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Belch, George E. dan A. Belch, Michael. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Eight Edition*, Avenue of the Americas, New York, NY, 10020: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hawkins, Del I. dan Mothersbaugh, David L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, Eleventh Edition*, Avenue of the Americas, New York, NY, 10020: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, Bandung: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas*, Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Morreal, John. 2009. *Comic Relief: A Comprehensive Philosophy of Humor*, Singapore: Wiley Blackwell, A John Wiley and Sons, Ltd., Publication
- Rahmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Santosa dan Hidayat, 2014. *Riset Terapan: Teori dan Aplikasi*, Jakarta, PT. Globalstat Solusi Utama
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan*, Yogyakarta: Alfabeta
- Suhandang, Kustadi. 2016. *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan Edisi Revisi*, Bandung: Nuansa
- Suyanto. M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta

Taniredja, Tukiran dan Mustafidah, Hidayati. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Bandung: Alfabeta

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta, Prenadamedia Group

Skripsi

Adi, Ericho Prasetya. 2016. *Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, dan Kualitas Pesan Iklan terhadap Efektivitas Iklan Televisi Aqua Versi "Ada Aqua"*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, diakses pada 7 Agustus 2016

Anita, Diah Marfi. 2008. *Pengaruh Persepsi pada Iklan dengan Unsur Humor terhadap Tingkat Asosiasi Merek Nu Green Tea sebagai Teh Kesehatan (Studi Kasus Iklan Televisi Nu Green Tea Versi Nyanyian Jepang "So Ra No Shita Dee Ookikunate")*, Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia, diakses pada 19 September 2016

Sudharsono, Widyantoro. 2010. *Pengaruh Iklan dengan Unsur Humor di Televisi terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus terhadap Iklan Rokok "Starmild" di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta)*, Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, diakses pada 7 Agustus 2016

Sufa, Faela. 2012. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Frekuensi Penayangan Iklan terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap pada Mahasiswa Kost di sekitar UNDIP, Tembalang)*, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, diakses pada 13 September 2016

Jurnal

Febrianto, Silvia dan Sukirno, Ign. 2015. *Pengaruh Penggunaan Humor dalam Iklan terhadap Brand Recognition (Studi Iklan Televisi Djarum 76 Seri "Jin" pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Jogjakarta, diakses pada 13 September 2016

Hakim, Rahma Tiara dan Susilowati, Christin. 2011. *Pengaruh Persepsi Iklan, Kesadaran Merek, Citra Merek terhadap Sikap pada Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Pestisida Merek Sidamethrin 50 EC)*, Malang:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, diakses pada 13 September 2016

Mufarihah, Hanik dan Triyono. 2013. *Dampak Periklanan terhadap Minat Beli pada HP Samsung Galaxy (Studi Eksplorasi Pengguna HP Samsung Galaxy di Semarang, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang, diakses pada 13 September 2016*

Rahmanadji, Didiek. 2007. *Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor*, Malang: Seni dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang, diakses pada 7 Agustus 2016

Riansyah, Oka. 2012. *Efektivitas Pengguna Humor (Studi Korelasional Mengenai Efektivitas Penggunaan Humor pada Iklan Kartu As Versi "Sule, Ozo dan Widy di dalam Kereta Api" dalam Membentuk Brand Image Produk di Kalangan Siswa-Siswi SMA Mardi Lestari Medan, Medan, diakses pada 7 Agustus 2016*