DAFTAR PUSTAKA

Almatsier, Leni., 2009. *Perbandingan antara Hubungan Sikap Khalayak pada Iklan dengan Teknik Animasi dan Live Action terhadap Siklan Khalayak pada Merek*. Tugas Akhir : Universitas Indonesia, Jakarta.

APJII. 2012, 2013, Pengguna Internet Indonseia Bisa Tembus 82 Juta, [online], (http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/139/2013-pengguna-internet-indonesia-bisa-tembus-82-ju.html, diakses pada tanggal 9 maret 2013).

Belch, George., 2007. *Advertising and Promotion*. Boston: Mc Graw Hill

Brannan, Tom., 2004. *Intergrated Marketing Communication : Memadukan Upaya Public Relations, Iklan, dan Promosi untuk Membangun Identitas Merek*. Jakarta: PPM.

Falatehan, S.F., 2007. Analisis Perbedaan Hubungan Identifikasi Organisasi Dengan Komitmen Organisasi pada Karyawan PT PQR di Unit Kerja A dan Uni Kerja X. Tugas Akhir. Jakarta: Universitas Indonesia.

Geoffrey M, David D dan David F., 2005. *Essentials of Research Design and Methodology*. New Jersey.

Ghozali, I., 2002. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam., 2008. *Desain Penelitian Eksperimental*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, Wiwik., 2009. *Pengaruh Pemodelan dan Pengulangan Pesan Iklan Televisi terhadap Pembelajaran Konsumen*. Jurnal Eksekutif.

Ibrahim, M Nasir, 2007. Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Palembang. Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya, Vol.5, No9, Juni 2007.

Indriarto, Fidelis, 2006. Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia., Vol.5, No.3, pp.243-268.

Indrianto, N. & Supomo, Bambang., 2002. Metodologi Penelitian Bisnis. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.

Indriyanti, Irma Satya dan John Ihalauw, 2002. Pengulangan Pesan suatu Iklan dalam Proses Pembelajaran Konsumen. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.8, No.1, pp.36-52.

Kasali, R. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep Dan Aplikasinya di Indonesia*. Edisi Pertama. Jakarta: Pusat Antar Universitas Bidang Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia.

Kotler, Philiph dan Armstrong. 2009. *Marketing an Introduction*. Ninth Edition. New Jersey:Prentice Hall.

Kotler, Philiph dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip., 2005. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Kesebelas Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.

Lindani, Siska., 2008. *Hubungan Antara Frekuensi Menonton Iklan Citra White Lotion Versi Icha Story Pada Sinetron Remaja SCTV Dengan Minat Beli Siswi SMU Al-Chasanah Jakarta*. Tugas Akhir: Universitas Indonesia Esa Unggu, Jakarta.

Maholtra, Naresh K. 2007. Marketing Research An Applied Orientation Fifth Edition. Pearson : Prentice Hall.

Martono, Nanang., 2010. *Statistik Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.

Morissan. 2007. Teori Intensitas Iklan. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.

Morissan. 2012. Pembagian Waktu Siaran Dan Pengawasan-Evaluasi Program. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.

Republika Online. 2013, Belanja iklan di Media Rp 87,4 Triliun, [online], (http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/bisnis/13/03/06/mj836u-belanja-iklan-di-media-rp-874-triliun, diakses pada tanggal 9 maret 2013).

Riyanto, M., 2008. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek. Thesis. Semarang: Universitas Diponegoro.

Schiffman dan Kanuk. 2004. *Consumer Behavior*. Eighth Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Setiawan, A., 2008. Efek Kognitif Pengemasan Pesan Iklan Televisi Shampo Dove Indonesia Versi SMS Quiz Pada Wanita Surabaya. Tugas Akhir. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Sihombing, Indra Jaya., 2010. *Frekuensi, Jumlah Audiens, dan Masa Beriklan*. Jakarta: Suara Merdeka.

Sumartono., 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 20012. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: CV. Alfabeta.

Warta Ekonomi Online. 2013, Nielsen: Belanja Iklan 2012 Naik 20%, [online], (http://wartaekonomi.co.id/berita8239/nielsen-belanja-iklan-2012-naik-20.html, diakses pada tanggal 10 Maret 2013).

Wati, Christina P. Y., 2012. Analisis Pengaruh Frekuensi Penayangan Iklan terhadap Minat Beli Produk GrooviaTV Menggunakan *Quasi Experimental Design*. Bandung: IT Telkom.

Wibisaputra, Adiztya, 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas ELPIJI 3 KG. Semarang: Universitas Diponegoro.