

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Alexander, Morissan.(2007).*Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*.Jakarta:Ramdina Prakarsa
- Belch, George E, Belch, Michael A. (2001). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perpective*. Edisi kedelapan, McGraw-Hill, New York.
- Cassady, Marsh. (1992). *The Art of Storytelling: Creative Ideas for Preparation and Performance*. America : Meriwether Pub.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank.(1997).*Periklanan*.Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, Edisi 15. England: Pearson Education
- Miller, Carolyn. (2014). *Digital Storytelling: a Creator Guide to Interactive Entertainment 3<sup>rd</sup> Edition*. New York: Focal Press.
- Riduwan. (2010). *Metode & Teknik Menyusun Tesis; Pengantar Prof. Dr. H. Buchari Alma*. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shimp Terence.(2003). *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta.

Sobur, Alex, 2014. *Komunikasi Naratif. Paradigma, Analisis dan Aplikasi*. Rosdakarya: Bandung.

Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. New York, United States: McGraw Hill Professional.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Kesepuluh. Bandung : Alfabeta.

Zikmund, William G., et al. (2010). *Business Research Methods (eighth edition)*. South Western, USA: Cengage Learning.

#### **JURNAL NASIONAL**

Kurnia Catur Wardani. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran UKM Adaideaja dalam Meningkatkan Penjualan Produk*. Sumber: [www.jurnalkommas.com](http://www.jurnalkommas.com)

Lia Puteri Astama, Yelli Eka Sumadhinata. (2014). *Analisis Pengaruh Strategi Komunikasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Shooters Pool Tables*. Sumber: [www.repository.widyatama.ac.id](http://www.repository.widyatama.ac.id)

Myra Devina. (2016). *Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Pesan Iklan Televisi Coca Cola Versi "Rasakan Momennya"*. Sumber: [www.petra.ac.id](http://www.petra.ac.id)

Qoirul Anwar dan Saino. (2015). *Pengaruh Program Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Harian Kompas di Surabaya Selatan*. Sumber: [ejournal.unesa.ac.id](http://ejournal.unesa.ac.id)

Yohana F. Cahya Palupi Meilani dan Sahat Simanjuntak. (2012). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah kabupaten Tangerang*. Sumber: [www.jurnalmanajemen.petra.ac.id](http://www.jurnalmanajemen.petra.ac.id)

## **JURNAL INTERNASIONAL**

Anna Lundqvist, Veronica Liljander, Johanna Gummerus, Allard van Riel. (2012).

*The impact of storytelling on the consumer brand experience: The case of a firm-originated story.* Sumber: [www.palgrave-journals.com](http://www.palgrave-journals.com)

Madalina Moraru. (2013). *Advertising Campaign Storytelling for Different Product Categories.* Sumber: [www.academia.edu](http://www.academia.edu)

Shamola Pramjeeth. (2014). *An Investigation into the Impact of the Storytelling Technique on Advertising Effectiveness in the South African Media Landscape.* Sumber: [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Yong-sook Lee, Woo-jin Shin. (2012). *Marketing tradition-bound product through storytelling: a case study of a Japanese sake brewery.* Sumber: [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)

Yong-sook Lee, Woo-jin Shin. (2015). *Brand storytelling: the case of coca-cola's journey corporate website.* Sumber: [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)

## **SKRIPSI**

Adyatma Arifin. (2012). *Pengaruh Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Kota Makassar.* Sumber: [www.repository.unhas.ac.id](http://www.repository.unhas.ac.id)

Febby Swisstiani. (2014). *Pengaruh Persepsi Harga, Efektivitas Iklan Internet dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen Zalora.* Sumber: [www.eprints.uny.ac.id](http://www.eprints.uny.ac.id)

Meika Alicia. (2013). *Analisis Kinerja Storytelling Terhadap Brand Equity Pada Produk Minuman Berkarbonasi Merek Coca Cola.* Sumber: [www.repository.upi.edu](http://www.repository.upi.edu)

Melissa. (2012). *Penggunaan Storytelling Dalam Proses Terjadinya Word of Mouth Pada Kampanye Produk Indomie Versi "Cerita Indomie".* Sumber: [www.ui.ac.id](http://www.ui.ac.id)

Sani Budi Utami. (2013). *Pengaruh Iklan Sariayu di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen di Jakarta.* Sumber: [www.openlibrary.telkomuniversity.ac.id](http://www.openlibrary.telkomuniversity.ac.id)

**Dokumen Perusahaan:**

Laporan Tahunan (Annual Report) Hero Group 2014

Laporan Tahunan (Annual Report) Hero Group 2015

**Website:**

[www.ikea.com/id](http://www.ikea.com/id)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

[www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)