

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2008. Strategic Market Management. United States of America : John Wiley & Sons, Inc.
- Aaker, David. 2014. Aaker On Branding “20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Merek”. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Altstiel, Tom. Grow, Jean. 2007. Advertising Strategy “Creative Tactics From the Outside/In”. Singapore : Seng Lee Press Pte. Ltd.
- A.Shimp, Terance. 2009. Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion. South-Western : Cengage Learning.
- A.Shimp, Terance. 2004. Periklanan & Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 2 Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga
- Binanto, Iwan. 2010. Multimedia Digital Dasar. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Copley, Paul. 2004. Marketing Communications Management Practices. India : Newgen Imaging System (P) Ltd.
- Cannon, P. Joseph. Perreault, William, Mc Carthy, Jerome. 2008. Pemasaran Dasar. Jakarta : Salemba Empat.
- Davies, Mark. Catling, Tina. 2011. Making Waves: How To Ride Marketing. United Kingdom : Capstone.
- Durianto, Darmadi. Sugiarto . Joko, Lie. 2004. Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Helianthusanfri, Jefferly. 2016. Youtube Marketing. Jakarta : PT. Gramedia.
- Jefkins, Frank. 2009. PERIKLANAN. Jakarta : Erlangga.
- Kasali, Prof. Rhenald. 2010. Cracking Zone. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. Amstrong, Gary. 2006. Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

- Madjadikara, Agus. 2005. Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nicolino, MBA. 2004. Brand Management. Jakarta : PRENADA MEDIA.
- Priyatno, Dwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisa Data dengan SPSS 20. Yogyakarta : CV. Andi OFFSET.
- Rangkuti, Freddy. 2002. The Power Of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, Frans M. 2007. Smart Launching New Product Strategi Jitu Memasarkan Produk Baru agar Meledak di Pasar. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Rodgers, Shelly. Thorson, Esther. 2012. Advertising Theory. New York : Routledge.
- Sugiyono. 1999. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- Suyanto, M. 2005. Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Suyanto, M. 2006. Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Suyanto, M. 2007. Marketing Strategy Top Brand Indonesia. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Triadi, Dendi. Sukma, Addy 2010. Ayo Bikin Iklan! Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono. 2011. Manajemen & Strategi Merek. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Wijarnako, Susanto Hirmawan. 2004. Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta : Quantum Bisnis & Manajemen.

Skripsi

- Hanum, Dilla Fadhillah. (2014). Pengaruh Iklan Naratif Online Tokobagus Versi “Cara Tepat Jual Cepat” di Situs Youtube Terhadap Pengguna Internet di Jakarta . Skripsi pada Telkom University : tidak diterbitkan.
- Ridwan, Mochammad. (2014). PENGARUH IKLAN PT.DJARUM MELALUI VIDEOTRON TERHADAP BRAND AWARENESS (Survey pada Pengguna Jalan Abu Bakar Ali Yogyakarta) . Skripsi pada Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati : tidak diterbitkan.
- Waluyo, Teguh. (2013). Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Merek Honda Di Semarang).
Skripsi pada Universitas Dian Nuswantoro : tidak diterbitkan.
- Bangun, Bela Tania. (2016). Pengaruh Advertising Terhadap Brand Awareness pada Zalora Indonesia . Skripsi pada Telkom University : tidak diterbitkan
- Adnan, Muhammad. (2014). Pengaruh Iklan Televisi Sosis So Nice Versi “S.M.S Semua Makan So Nice” Terhadap Brand Awareness Konsumen Siswa Pada Beberapa SMA Negeri Di Makassar . Skripsi pada Universitas Hassanudin : tidak diterbitkan.

Jurnal

- Yuni, Rahma. (2013). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Minat Kesadaran Merek (Brand Awareness) Shampoo Sunsilk Pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. Skripsi pada Universitas Negeri Padang : tidak diterbitkan.
- Ma, Klinton. (2016). Terpaan Iklan L-Men di Televisi Terhadap Brand Awareness Anggota Klub Celebrity Fitness Sun Plaza Medan . Skripsi pada Universitas Sumatera Utara : tidak diterbitkan.
- Rosinta, Febri. Windalita, Mutiara (2015). Pengaruh Iklan Okezone.com di Media Cetak terhadap Brand Awareness. Skripsi Pada Universitas Indonesia : tidak diterbitkan.
- Sandra, Happy. Haryanto, Jony. (2010). Pengaruh Iklan Heritage Terhadap Brand Awareness, Brand Trust, dan Intensi Pembelian . Skripsi pada Universitas Airlangga : tidak diterbitkan
- Febrianto, Silvia. Sukirno, Ign (2016). Pengaruh Penggunaan Humor Dalam Iklan Terhadap Brand Recognition . Skripsi pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta : tidak diterbitkan.

- E.Smith, Robert., Chen. Jiemiao, & Yang, Xiaojing. 2008. The Impact Advertising Creativity on The Hierarchy Of Effects . 37(4) 47-61. The Journal of Advertising Abingdon.
- D.Till, Brian & W. Baack, Daniel. 2005. Recall and Persuasion (Does Creative Advertising Matter?). 34(3) 47-57. The Journal of Advertising Abingdon
- Sheinin, Daniel A., Varki, Sajeev & Chirsty Ashley. 2011. The Differential Effect of Ad Novelty and Message Usefulness on Brand Judgements. 40(3) 5-17. American Academy Of Advertising.
- Vermeulen, Ivar., & Camiel J. Beukeboom. 2016. Effects Of Music In Advertising: Three Experiments Replicating Single-Exposure Musical Conditioning of Consumer Choice (Gorn 1982) in an Individual Setting . 45(1) 53 - 61. Journal of Advertising.
- Ross, Craig S, PhD, MBA; Henehan, Elizabeth R, MPH; Jernigan, David H, PhD. 2017. Youth Exposure to Alcohol Advertising in National Magazine in The United States 2001-2011. 117(1) 136-142. American Journal of Public Health.

Internet

- Adnan, Muhammad. (2014). *Pengaruh Iklan Televisi Sosis So Nice Versi "S.M.S Semua Suka Makan So Nice" Terhadap Brand Awareness Konsumen SIswa Pada Beberapa Sma Negeri di Makassar*. Diambil dari: <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/9052> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Admin. (2014). *Dari Aaker Ke Keller*. Diambil dari: <http://www.marketing.co.id/dari-aaker-ke-keller/> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Admin. (2017). *Brand*. Diambil dari: <http://www.marketing.co.id/brand/> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Alamsyah, Hudan (2014). *Iklan + Kreativitas (Hubungan, Benturan dan Ledakan Pemikiran)*. Diambil dari: https://www.slideshare.net/hudanalamsyah/iklan-kreatif2?next_slideshow=1 (diakses pada 23 Oktober 2017)
- APJJI. (2014). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Diambil dari: <https://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Candrarini, Gede. (2017). *Daya Tarik, Kreativitas Iklan Terhadap Brand Image dengan Efektivitas Iklan Sebagai Variabel Intervening*. Diambil dari: <https://prezi.com/h5rgrhlo9hs0/daya-tarik-iklan-kreativitas-iklan-terhadap-brand-image-den/> (diakses pada 23 Oktober 2017)

- Djaya, Andi Baso. (2017). *Gema Radio di tengah perubahan zaman* . Diambil dari: <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/gema-radio-di-tengah-perubahan-zaman> (diakses pada 29 November 2017).
- Dwi, Susetyo. (2015). *Youtube dalam Angka-Angka*. Diambil dari: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150214143544-185-32127/youtube-dalam-angka-angka/> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Fonvielle, Mary. (2017). *Content Marketing Trends Expected For 2018* . Diambil dari: <https://www.relevance.com/the-top-5-content-marketing-trends-expected-for-2018/> (diakses pada 29 November 2017)
- Hariningsih, Endang. (2013). *Internet Advertising Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif*. Diambil dari: [http://www.amaypk.ac.id/download/jurnal/Internet Advertising Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif.pdf](http://www.amaypk.ac.id/download/jurnal/Internet_Advertising_Sebagai_Media_Komunikasi_Pemasaran_Interaktif.pdf) (diakses pada 29 November 2017).
- Ichalsa , Ellavie. (2016). *Remaja Jauh Lebih Suka Youtube Ketimbang TV*. Diambil dari: <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/gNQ6Qyab-remaja-jauh-lebih-suka-youtube-ketimbang-tv> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Katadata. (2016). *Kebangkitan Media Digital* . Diambil dari: <https://katadata.co.id/grafik/2016/03/01/kebangkitan-media-digital> (diakses pada 29 November 2017)
- Katadata. (2016). *Kecenderungan Beralih Ke Platform Online Menurut Generasi*. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/04/28/gen-y-dan-z-cenderung-beralih-ke-platform-online> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Padmanegara, Pandu. (2016). *Proyeksi Pengeluaran Iklan Digital di Indonesia*. Diambil dari: <https://padmanegara.com/2015/01/05/proyeksi-pengeluaran-iklan-digital-di-indonesia-2014-2018/> (diakses pada 29 November 2017)
- Setiawati, Ririn. (2017). *Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Produk Minuman “Teh Yen Yen”*. Diambil dari : https://repository.usd.ac.id/11622/2/132214008_full.pdf (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Silalahi, Marina. (2015). *Mengukur Kreativitas Iklan*. Diambil dari: <http://mix.co.id/marcomm/brand-communication/advertising/mengukur-kreativitas-iklan> (diakses pada 23 Oktober 2017)
- Taman Mini Indonesia Indah. (2016). *Event*. Diambil dari: http://www.tamanmini.com/pesona_indonesia/event.php (diakses pada 24 November 2017)
- Weblizar. (2017). *Focus On Generation Z*. Diambil dari: <https://weblizar.com/blog/social-media-trends-in-2018-for-successful-businesses/> (diakses pada 29 November 2017)

Widiatmoko, Danang. (2017). *Trend Digital Marketing 2017*. Diambil dari: <https://rectmedia.com/11-trend-digital-marketing-yang-perlu-dicoba-di-tahun-2017/> (diakses pada 29 November 2017).

