

DAFTAR PUSTAKA

Daftar referensi buku :

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta, Jakarta
- Belch, George., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Morissan, M. A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Purba, Amir, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan : Pustaka Bangsa Perss.
- Purwanto. 2009. *Metode Penelitoan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Ridwan dan Engkos Achman Kuncoro. 2011. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta.
- Soemanagara. 2008. *Strategic Marketing Communication : Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung : Alfa Beta.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Buku Seru.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Taniredja, Tukiran dan Mustafidah, Hidayati. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung : Alfabeta.
- Wimmer, R.D & Dominick, J.R. 2011. *Mass Media Research: An Introduction, Ninth Edition*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Zikmund, William G., et al. 2010. *Business Research Methods*. USA : Cengage Learning

Daftar referensi internet :

4ICU. 2017. *Top University in West Java 2017*. Diperoleh tanggal 2 November 2017, dari <http://www.4icu.org/id/west-java/>

Alex Chris. 2017. *Top 10 Search Engines In The World*. Diperoleh tanggal 10 September 2017 pukul 20.25, dari <https://www.reliablesoft.net/top-10-search-engines-in-the-world/>

Bintaro Agung Sugihato. 2017. Pengguna Internet di Indonesia Didominasi Anak muda. Diperoleh tanggal 10 september 2017, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722185167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/>

Gede Dandy Salodivansa Barani. 2016. Apakah Google adalah perusahaan terinovatif didunia teknologi informasi saat ini. Diperoleh tanggal 29 November 2017, <https://www.dictio.id/t/apakah-google-adalah-perusahaan-terinovatif-didunia-teknologi-informasi-saat-ini/1969>

Jeko. I. R. 2017. 5 Kota di Indonesia dengan Koneksi Internet tercepat. Diperoleh tanggal 10 september 2017, <http://tekno.liputan6.com/read/2236114/5-kota-di-indonesia-dengan-koneksi-internet-tercepat>

Nielsen. 2016. Rekomendasi Word-Of-Mouth Masih Menjadi Iklan Paling Dipercaya Oleh Konsumen Asia Tenggara. Diporeleh tanggal 29 November 2017, <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2015/REKOMENDASI-WORD-OF-MOUTH-MASIH-MENJADI-IKLAN-PALING-DIPERCAYA-OLEH-KONSUMEN-ASIA-TENGGERA.html>

Daftar referensi skripsi :

- Amijaya, Zulkarnain Suria. (2010). Pengaruh Pesan Iklan Kartu XL Pra Bayar terhadap Minat Beli Konsume PT. XL Axiata, tbk Di Kota Bandung. Diakses tanggal 10 September 2017, dari <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2565>
- Ariyanti, Violita Christ. (2016). Pengaruh Penggunaan Google Search Engine dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa. Diakses tanggal 10 September 2017, dari <http://digilib.unila.ac.id/22467/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMB> AHASAN
- Hutabarat, Widiya Atidhira. (2016). Pengaruh Pesan Iklan Line versi Film Ada Apa dengan Cinta Mini Drama Terhadap Penggunaan Fitur Alumni di Kota Bandar Lampung. Diakses tanggal 10 September 2017, dari <http://digilib.unila.ac.id/25093/19/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMB> AHASAN
- Kurniawati, Eli. (2017). Hubungan antar Menonton Iklan LINE Webtoon di Televisi dengan Minat Pengunduhan Aplikasi di Smartphone. Diakses tanggal 10 September 2017, dari <http://digilib.unila.ac.id/25604/20/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMB> AHASAN.pdf
- Puspita, Harumina Dwi. (2014). Pengaruh Pesan Iklan L.A Light di Televisi terhadap Minat Beli Konsumen. Diakses tanggal 10 September 2017, dari <http://e-journal.uajy.ac.id/6422/>

Daftar referensi jurnal :

- Aiwan, Yosephine Tania. (2013). Efektivitas Pesan Iklan Tresemme menggunakan Customer Response Index (CRI) pada Perempuan di Surabaya. Diakses 15 September 2017, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/914/814>
- Fortunisa, Ananda dan Agassi, Aried Adrew. (2011). Pesan Iklan Televisi dan Personal Selling: Alat Promosi untuk Peningkatan Keputusan Pembelian. Diakses 15 September 2017, dari http://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/283/247
- Ikhwan, Rouzatal dan Anisah, Nur. (2017). Pengaruh *Price Discount Framing* terhadap Keputusan Wanita Membeli Produk Pakaian Wanita di Suzuya Mall, Setu Banda Aceh. Diakses 15 September 2017, dari <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/2676/1640>
- Kusumaningtyas, Fitria dan Suharyono, Sunarti. (2014). Pengaruh Pesan Iklan di Televisi terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2010/211 yang Mengonsumsi Es Krim Magnum). Diakses 15 September 2017, dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/553/759>
- Soetikno, Robby. (2013). Efektivitas Pesan Iklan Telkomsel “Kartu AS Wow Gratis 100x Lipat” terhadap Customer Telkomsel di Surabaya. Diakses 15 September 2017, dari <https://www.neliti.com/id/publications/83037/efektivitas-pesan-iklan-telkomsel-kartu-as-wow-gratis-100x-lipat-terhadap-custom>

Daftar referensi jurnal Internasional:

Mike T. Bendixen, (1993). *Advertising Effects and Effectiveness*. Diakses 26 September 2017. Dari <https://doi.org/10.1108/03090569310045861>

Siddiqui, Ahmed Nabeel.(2014).*TV Ads Impact on Consumer Purchase Intention*. Diakses 26 September 2017. Dari http://iba.edu.pk/testibaicm2014/parallel_sessions/Advertising/TvAdsImpactOnConsumerPurchaseIntention

Bisht, Swaati. (2013). *Impact of TV advertisement on youth purchase decesion*. Diakses 26 September 2017. Dari https://www.abhinavjournal.com/images/Management_&_Technology/Mar13/19.pdf

Chan, Kara. (2009). *Influence of television advertising on adolescent in China: an urbanrural comparison*. Diakses 26 September 2017. Dari https://repository.hkbu.edu.hk/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.co.id/&httpsredir=1&article=1003&context=coms_ja

Lim, Mee Yet, Yap, Ching-Sheng, dan Lau, Teck-Chai. (2017). *The Effectiveness of Online in Purchase Decesion Liking, Recall and Click*. Diakses 26 September 2017. Dari https://www.researchgate.net/publication/287509406_The_effectiveness_of_online_advertising_in_purchase_decision_Liking_recall_and_click