

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Citra.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior And Marketing Action*. Malang : Boston Thomson & Learning.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bungin, Burhan. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Danandjaja. 2011. *Peran Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Durianto Darmadi. 2004. *Brand Equity Ten*. Jakarta: Mitra Uta.
- Effendy, Onong Uchyana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Adyabakti.
- Effendy, Onong Uchyana. 2002. *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Adya Bakti.
- Haryanto, Rudy. 2009. *Prinsip – prinsip Periklanan*. Jakarta: Gramedia.
- Hasyim & Rina Anindita. 2009. *Prinsip – prinsip Dasar metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta : UIEU University Press.
- Indonesia, Dewan Periklanan. 2005. *Etika Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Juli.
- Indrajaya, Richie. 2008. *Jangan Takut Mulai Bisnis*. Jakarta: Me Book.
- Jefkins, Frank. 2005. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep Dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip & Alan R. Andreasen. 1991. *Strategic Marketing For Nonprofit Organizations*, _____
- Kotler, Philip & A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran, Buku 2*, Jakarta: PT.Salemba Empat Patria.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 12*, Jakarta : PT. Indeks.
- Kriyantono, Rakhmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lane, W. Ronald., White Hill King, & J. Thomas Russel. 2008. *KLEPPNER: Prosedur Periklanan, Edisike 17*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Lee, Monle & Carla Johnson. 2011. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Globa.*, Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar – dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: PT Citra Adyabakti.
- Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi iklan*, Jakarta: GM.
- McQuail, Dennis & Sven Windahl. 1993. *Communication Models : For The Study Of Mass Communication, 2nd Edition*, Newyork : Longman Inc.
- M.A, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M.A, Morissan. 2010. *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- Muhammad, Arni. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyadi. 2013. *Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga Cetakan Pertama*, Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar)*, Bandung:

- PT.Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rivers, William L., et al. 2008. *Media Massa & Masyarakat Modern*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertising*, Jakarta: Elex Media Komputindo. Shimp,
- Terence A.,. 2000. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta.
- Shimp, Terrence A.,. 2003. *Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Ke-5 Jilid Ke-1, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Sule, Erni Trisnawati & Kurniawan Saefullah. 2004. *Pengantar Manajemen Edisi Pertama*, Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Sutherland, Max & Alice K. Sylvester. 2005. *Advertising And The Mind Of The Consumer*, Jakarta : PPM
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Wells, William., John Burnett, Sandra Moriarty. 2000. *Advertising Pririnciples And Practice, Five Edition*, New Jersey: Prentice-Hall International.

Skripsi

- Attar Nuriqli, Putra Qomalludin. 2014. *Terpaan Iklan Produk AXE Terhadap Tanggapan Khalayak (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Terpaan Iklan Televisi Produk Axe Terhadap Minat Beli Pria Metroseksual di Komunitas Klub Mobil option Yogyakarta)*. Yogyakarta :<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/13106/> (diakses 10 oktober 2017, 18.05)
- Deswitriyana, Dimas Mertin. 2014.*PENGARUH TERPAAN IKLAN “EVERCOSS A7T” TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE PADA MASYARAKAT SURABAYA (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh*

Terpaan Iklan “Evercoss Tipe A7T” Di Televisi Terhadap Minat Beli Handphone Android Evercoss A7T Pada Masyarakat Surabaya. Surabaya: <http://eprints.upnjatim.ac.id/6956/1/file1.pdf> (diakses 10 November 2017, 18.35)

Sampitri, Debby Eka. 2011. ***Pengaruh Terpaan Iklan dan Persepsi Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Blackberry Di kalangan Mahasiswa FISIP UPN Yogyakarta)***. Yogyakarta: <http://repository.upnyk.ac.id/1550/1/Skripsi.pdf> (diakses 10 November 2017, 19.00)

Lestari, Tirta. 2011. ***Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevation Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Agung Tirtayasa Angkatan 2012)***. Banten: <http://repository.fisip-untirta.ac.id> (diakses 10 November 2017, 19.30)

Asshiddiqi, Ferdy Pradana. 2011. ***Pengaruh Terpaan Iklan TV Axis Versi “Berkah Blak-blakan” Terhadap Minat Membeli Kartu Perdana (Survey Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Untirta Angkatan 2008)***: Banten: <http://repository.fisip-untirta.ac.id> (diakses 10 November 2017, 20.00)

Jurnal

Azizah, Nur Luluk. 2017. ***Pengaruh Terpaan Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Blackberry Di Kalangan Mahasiswa FE Universitas Islam Lamongan)***.

Setyorini, Siti Mahmudoh Deviani. 2010. ***Pengaruh Terpaan Iklan Terhadap Kesadaran Merek Studi Kasus Terpaan Iklan “Kartu As versi Smash” di Televisi terhadap Kesadaran Merek pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Untirta Angkatan 2006-2010***.

Launa, luna. ***Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Axis Versi “PAKE SEDIKIT DIJAMIN GRATISANNYA BANYAK” terhadap BRAND AWARENESS Di Kalangan Mahasiswa Bandung***.

Syaiful, Reza. ***Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Biore for Men Versi Vino G. Sebastian Terhadap keputusan Pembelian di Kalangan Anggota Komunitas Bike to Unpad Universitas Padjajaran***

Zain-Ul-Abideen. ***Effective Advertising And Its Influence On Consumer Buying Behavior***

Ahmed Nabeel Siddiqui. *TV Ads Impact on Consumer Purchase Intention*

Alan R. Wiman. *Television Advertising Exposure and Children's Nutritional Awareness*

Gerard J. Tellis. *Advertising Exposure, Loyalty, and Brand Purchase: A Two-Stage Model of Choice*

Daftar Link

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/BELANJA-IKLAN-TUMBUH-PERLAHAN.html> (diakses 20 oktober 2017, 21:00)

<http://industri.bisnis.com> (diakses 20 oktober 2017,22.30)

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/13106/>(diakses 10 oktober 2017, 18.05)

<http://repository.upnyk.ac.id/1550/1/Skripsi.pdf> (diakses 10 Novemeber 2017, 19.00)

<http://repository.fisip-untirta.ac.id> (diakses 10 November 2017, 19.30)

<http://repository.fisip-untirta.ac.id> (diakses 10 November 2017, 20.00)