

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Belch, George E, Michael A. Belch. 2004. *Advertising and promotion: An Integrated Marketing communication Perspective. Sixth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- _____. 2007. *Advertising and promotion: An Integrated Marketing communication Perspective. Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill.
- _____. 2009. *Advertising and promotion: An Integrated Marketing communication Perspective. Eighth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Effendy, Heru. 2002. *Mari Membuat Film : Panduan Menjadi Prosedur*. Yogyakarta: Panduan
- Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods Ins Social Research*. New York : Mc Graw Hill
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Moleong. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Ke-23). Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Graha Aksara
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based on Brand Equity, *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 1, pp. 1-22.
- Williams, K., Alfred P., Edward H., Robert P. 2010. *Product placement effectiveness: revisited and renewed*. *Journal of Management and Marketing Research*. Retrieved
- Omarjee, L., Chilya Norman. 2014. *The Effectiveness of Product Placement in Music Videos: A Study on the Promotion Strategies for Brands and Products to Target the Y Generation in Johannesburg*. Research Gate.
- Krishen, A., Sirgy, M. 2016. *Identifying with the Brand Placed in Music Videos Makes Me Like the Brand*. Routledge, *Journal Of Current Issues & Research In Advertising* 2016, Vol. 37, No. 1.
- Verhellen, Y., Dens, N., Pelsmacker, P. 2013. *Consumer Responses To Brands Placed In Youtube Movies: The Effect Of Prominence And Endorser Expertise*. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 14, NO 4, 2013

- Tandiono, E., Rumambi, L. 2013. Analisa Pengaruh *Product Placement* dan *Brand Recall* Volvo Terhadap Sikap Konsumen Dalam Film “*Twilight Saga: Breaking Dawn (Part 2)*”. <https://media.neliti.com/media/publications/131672-ID-analisa-pengaruh-product-placement-dan-b.pdf>
- Krishnasari, N., Rumambi, L. 2013. Analisa Efektivitas *Product Placement* Burger King Dalam Film Iron Man 1 Dan Audi Dalam Film *Iron Man 2*. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/944>
- Rarassati, S., Hariwan, P. 2015. Pengaruh *Product Placement* terhadap *Brand Awareness* Audi pada Film *Transporter 3*. <http://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/104090/pengaruh-product-placement-terhadap-brand-awareness-audi-pada-film-transporter-3.html>
- Citilink. 2017. *Profile Sekilas tentang Citilink*. 2017. Diakses pada tanggal 25 September 2017, dari <https://www.citilink.co.id/company-profile>
- Darmawan, Wahyu. 2013. *Citilink-ITS Sepakat Kerja Sama*. Diakses pada tanggal 18 Januari 2018, dari <http://www.jatengpos.com/2013/09/citilink-its-sepakat-kerja-sama-451996>
- JPNN. 2016. *Tingkatkan SDM Citilink Gandeng Telkom University*. Diakses pada tanggal 26 September 2017 dari <https://www.jpnn.com/news/tingkatkan-sdm-citilink-gandeng-telkom-university>
- Jurusan Ilmu Komunikasi. 2009. *Video Klip*. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2017 dari <http://jurusankomunikasi.blogspot.co.id/2009/04/video-klip.html>
- Koran Jakarta. 2017. *Jumlah Penumpang Citilink Naik*. Diakses pada tanggal 25 September 2017, dari <http://www.koran-jakarta.com/jumlah-penumpang-citilink-naik/>
- Marketeers. 2015. *Citilink Telah Menjadi Salah Satu yang Terbesar di Asia*. Diakses pada tanggal 28 September 2017 dari <https://edukasi.kompas.com/read/2013/03/08/09574093/UMN.Citilink.Kembangkan.Kerja.Sama.Pendidikan.Penerbangan>
- Prawitasari, Fitri. 2013. *UMN-Citilink Kembangkan Kerja Sama Pendidikan Penerbangan*. Diakses pada tanggal 18 Januari 2018, dari <http://marketeers.com/dekati-anak-muda-citilink-gandeng-ran/>
- The International Air Transport Association (IATA). 2015. *Developing the Potential of Indonesia's Aviation Sector*. Diakses pada tanggal 23 September 2017, dari <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2015-03-12-01.aspx>
- Tiket2. 2017. *Ini Dia Daftar 5 Maskapai Terbaik di Indonesia, Apakah Maskapai Favorit Anda Termasuk?*. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2017, dari <https://www.tiket2.com/blog/ini-dia-daftar-5-maskapai-terbaik-di-indonesia-apakah-maskapai-favorit-anda-termasuk/>

- Triwijanarko, Ramadhan. 2015. *Dekati Anak Muda Citilink Gandeng RAN*. Diakses pada tanggal 28 September 2017, dari <http://marketeers.com/dekati-anak-muda-citilink-gandeng-ran/>
- Unair News. 2016. *UNAIR Gandeng Citilink Wujudkan Visi University Holding*. Diakses pada tanggal 18 Januari 2018, dari <http://news.unair.ac.id/2016/04/28/unair-gandeng-citilink-wujudkan-visi-university-holding/>
- Rumambi, L. J. (2008). Analisa. Faktor yang mempengaruhi sikap Audience terhadap product placement dalam acara TV (studi kasus indonesian idol 2007 dan mamamia show 2007) , 8-10.
- Cristel A. Russell (1998) ,"Toward a Framework of Product Placement: Theoretical Propositions", in *NA - Advances in Consumer Research Volume 25*, eds. Joseph W. Alba & J. Wesley Hutchinson, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 357-362.
- D'Astous, A. dan Seguin (1999), and Nathalie Séguin (1999), "Consumer Reactions to Product Placement Strategies in Television Sponsorship," *European Journal of Marketing*, 33 (9/10), 896–910.