

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, George E. & Belch, Michael E. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective -11/E*. New York: McGraw-Hill.
- Berger, Arthur Asa. (2012). *Seeing is Believing: An Introduction to Visual Communication, Fourth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kadir. (2016). *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Keraf, Gorys. (2007). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Peiklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip & Keller Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- _____. (2009). *Marketing-Manajemen*. New Jersey: Pearson.
- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Laudon, Kenneth C. & Traver, Carol Guercio. (2012). *E-commerce 2012: Business, Technology, Society*. Harlow: Pearson Education.
- Moriarty, Sandra., Mitchell, Nancy. & Wells, William. (2009). *Advertising: Principles & Practice -8/E*. New Jersey: Pearson Education.
- Morissan. (2014). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi Ketiga*. Jakarta: Kencana.
- Pratista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.

- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Riduwan. (2010). *Metode dan teknik menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta
- Schiffman, Leon G., & Kanuk Leslie Lazar. (2008). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks.
- Shimp, Terrence A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- _____. (2016). *Kupas Tuntas, Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supardi. (2016). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Edisi Revisi Konsep Statistika yang Lebih Komperhensif*. Jakarata: change publication.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

SKRIPSI

- Adipratama, Yudha. (2017). *Pengaruh Video Advertising Traveloka versi “Kisah Tentang Apak” terhadap Respon Afektif Khalayak* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom.
- Banowati, Karina. (2018). *Pengaruh Jingle Iklan Pesona Indonesia di Televisi Terhadap Respon Afektif Khalayak* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom.
- Suwito, Arfian. (2007). *Pengaruh Sikap Terhadap Merek dan Sikap Terhadap Iklan Pada Minat Beli Konsumen* [Skripsi]. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Siagian, Immanuel Fernando. (2017). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha New V-Ixion Di Kota Kendari* [Skripsi]. Kendari: Universitas Halu Oleo.

JURNAL

- Bergemann, Dirk & Bonatti, Alessandro. (2011). *Targeting in advertising markets: implications for offline versus online media*. *RAND Journal of Economics* Vol. 42, No.3 pp.417-443. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Derbaix, Christian M. (1995). *The Impact of Affective Reactions on Attitudes Toward the Advertisement and the Brand: A Step Toward Ecological Validity*. Vol. 32, No. 4: 470-479. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/3152182>
- Goldsmith, Ronald E. & Laffarty, Barbara A. (2002). *Consumer Response to Web Sites and Their Influence on Advertising Effectiveness*. Vol. 12, No. 4: 318-328. Retrieved from <https://www.emeraldinsight.com/>
- Irfani, Alifya & Putri, Berlian Primadani Satria. (2018). *Pengaruh Iklan Tv Tokopedia Versi “Kejar Jodoh Dimulai Dari Tokopedia” Terhadap Respon Khalayak*. Vol. 12, No. 1. Retrieved from <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/>
- Kujur, Fedric & Singh Saumya. (2018). *Emotions as predictor for consumer engagement in YouTube advertisement*. Vol. 15, Issue 2: 184-197. Retrieved from <https://www.emeraldinsight.com/>

- Mutoharoh, dkk. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Kesehatan "Dettol" Di Swalayan ADA Setiabudi Semarang*. Vol. 1, No. 1. Retrieved from <https://jurnal.unpand.ac.id/>
- Susanta. (2008). *Respon Konsumen Terhadap Iklan Mie Sedap*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 2. Retrieved from <http://jurnal.upnyk.ac.id/>
- Visilya, Anggun Rezi & Dewantara, Rizki Yudhi. (2017). *Pengaruh Internet Advertising Terhadap Sikap Konsumen*. Vol. 47, No. 1. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>
- Wadi, Hamzan & Rahanatha, Gede Bayu. (2013). *Hubungan Variabel Demografi Dengan Respon Konsumen Terhadap Iklan Produk Kopi Merek Top Coffee Di Kota Denpasar*. Vol. 2, No. 9. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/>

INTERNET

- Dailysocial.id, (2018). *Popularitas Tokopedia*. diakses dari <https://dailysocial.id/post/peningkatan-popularitas-tokopedia-sepanjang-tahun-2017> pada tanggal 28 Agustus 2018 pukul 14:27 WIB.
- Kompas.com, (2018). *Berapa Banyak Orang Yang Menonton Youtube Setiap Harinya*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/> pada tanggal 27 Agustus 2018 pukul 22.00 WIB.
- Kompas.com, (2018). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda*. Diakses pada <https://lifestyle.kompas.com/> tanggal 3 Oktober 2018 pukul 17:10 WIB.
- Marketeers.com. (2018). *Kota Dengan Pembelanja Online Teraktif*. Diakses pada <http://marketeers.com/> tanggal 21 November 2018 pukul 18:18 WIB.
- Wearesocial.com, (2018). *Digital in Southeast Asia in 2017*. Diakses dari <https://wearesocial.com/> pada tanggal 28 Agustus 2018 pukul 01:21 WIB.
- Swa.co.id, (2018). *Penghargaan Kantar Untuk Iklan Ramadhan Paling Disukai 2018*. Diakses dari <https://swa.co.id/> pada 19 September 2018 pukul 16:45 WIB.