

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. d. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ade Winata, I. K. (2017). *Pengaruh Iklan Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.com di Kota Denpasar)* Vol.6/No.10/Hal.5687
- Amstrong, K. d. (2014). *Principles Of Marketing (15th Edition)*. USA: Pearson.
- Azry, M. (2016). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Bukalapak.com* Vol.3/No.1/Hal.27
- Belch, B. d. (2013). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Bisht, S. (2013). *Impact of TV Advertisement on Youth Purchase Decision Literature Review* Vol.2/No.13
- Clow, K. E. (2014). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. USA: Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fatimah Furaji, M. L. (2017). *Study on the influence of advertising attractiveness on the purchase decisions of women and men*, Vol.6/No.2/Hal.30
- Febriana, C. N. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Produk TRESemmé)* Vol.25/No.1/Hal.6
- Fikhi Nayatul Azmi, M. S. (2017). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Magnum* Vol.8/No.2/Hal.132

- Hemamalini K.S, S. K. (2014). *Effectiveness of Television Advertisement on Purchase Intention*, Vol.3/Issue 2/Hal.9422
- Huda, K. (2013). *Pengaruh Iklan Tayangan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening di Surabaya* Vol.2/No.3/Hal.10
- indoinvestment.com. (2018, Maret 10). *Retrieved from Indonesia Investments: www.indonesia-investment.com*
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar Periklanan Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Komaryatin, N. (2009). *Pengaruh Iklan Media Televisi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Pasta Gigi Close Up* Vol.6/No.2/Hal.144
- kompas.com. (2018, Maret 9). *Retrieved from Otomotif Kompas: www.otomotif.kompas.com*
- Kotler, P. d. (2013). *Marketing Management 14th Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P. d. (2016). *Management Marketing*. USA: Pearson.
- Kusumaningtyas, F. (2014). *Pengaruh Pesan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2010/2011 yang Mengonsumsi Es Krim Magnum)* Vol.13/No.2/Hal.5
- liputan6.com. (2018, Maret 11). *Retrieved from Liputan 6: www.liputan6.com*
- Mai Ngoc Khuong, N. V. (2016). *The Effect of Television Commercials on Customers' Loyalty - A Mediation Analysis of Brand Awareness*, Vol.7/No.2/Hal.23
- metronews.com. (2018, Maret 10). *Retrieved from Metronews: www.metronews.com*

- metronews.com. (2018, Maret 11). Retrieved from Metronews: www.otomotif.metronews.com
- mix.co.id. (2018, Maret 11). Retrieved from Mix: www.mix.co.id
- Mohammed Esmaeil Ansari, S. Y. (2011). *An Investigation of TV Advertisement Effects on Customers' Purchasing and Their Satisfaction*, Vol.3/No.4/Hal.179
- Morrisan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Motors, W. (2018, Maret 10). Retrieved from Wuling Way: www.wuling.co.id
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Percy, L. (2014). *Strategic Integrated Marketing Communication*. New York: Routledge.
- Poluan, J. (n.d.). *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola (Studi Kasus pada PT. Wenang Beverage Company Manado)* Vol.4/No.3/Hal.679
- Rusmawati, Y. (2015). *Pengaruh Iklan Mobil Suzuki Ertiga di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kota Surabaya Barat)* Vol.14/No.2/Hal.709
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sarjono, H. d. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, J. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Siregar, I. S. (2014). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajagrafindo.

- Srivastava, D. N. (2017). *Advertisement influence on purchase decision of the consumers in India*, Vol.04/Issue 05/Hal.2427
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Nonparametrik*. Jakarta: Prenada Media.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian-Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Prenada Media.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. . Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk mengenali Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Usvita. (2013). *Pengaruh Iklan dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cream Wajah Pond's Pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Pasaman (STIE YAPPAS)*. E-Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol. 1 No. 1.
- Wibowo, S. F. (2012). *Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)* Vol. 3 /No.1/Hal.13
- Yaniawati, R. I. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- ylki.or.id. (2018, Maret 11). *YLKI*. Retrieved from *Konsumen percaya iklan*: www.ylki.or.id

