

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Ammarie, Rivky Husein dan Sylvie Nurfebrianing. (2018). *Pengaruh Iklan Pop-Up Bukalapak Versi Pahlawan Pada Youtube Terhadap Sikap Khalayak. Pengaruh Iklan Pop-Up Bukalapak Versi Pahlawan Pada Youtube Terhadap Sikap Khalayak*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, George E. & Belch, Michael A. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: Mc Graw Hill.
- Bungin, Burhan. (2013). *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama*. Jakarta: kencana Prenada media group.
- Chudzian, Joanna. (2014). *Impact Of Advertising On Behaviour Of Consumers Of Low And High Level Of Consumption Of Dairy Products*. *Oeconomia* 13 (4) 2014, 19–30.
- Clow, Kenneth E and Donald Baack. (2002). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. New Jersey: Prentice Hall.
- Dapu, Silvana Monica, dkk. (2015). *Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Aqua Botol Tanpa Segel Plastik (Studi Di Kelurahan Malalayang I Timur Kota Manado)*. e-journal “Acta Diurna” Volume IV. No.3. Tahun 2015.
- Duffett, Rodney Graeme. (2015). *The influence of Facebook advertising on cognitive attitudes amid Generation Y*. *Electron Commer Res* (2015) 15:243–267.
- Elder, Ryan S. dan Aradhna Krishna. (2013). *The Effects of Advertising Copy on Sensory Thoughts and Perceived Taste*. *Journal Of Consumer Research, Inc*, Vol. 36, 2013.
- Havityaningtyas, Dela Fahriana. (2017). *Pengaruh Faktor Unsur Iklan Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Persepsi Tentang Iklan Webseries Terbaik Di Youtube. Pengaruh Faktor Unsur Iklan Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Persepsi Tentang Iklan Webseries Terbaik Di Youtube*.
- Hudák, Martin, et. al. (2017). *The Impact Of Advertisement On Consumer’s Perception*. *CBU International Conference On Innovations In Science And Education, March 22-24, 2017, Prague, Czech Republic*.

Irfani, Alifya dan Berlian Primadani Satria Putri. (2018). *Pengaruh Iklan Tv Tokopedia Versi “Kejar Jodoh Dimulai Dari Tokopedia” Terhadap Respon Khalayak*. Jurnal Ilmiah FE-UMM, Vol. 12 (2018) No. 1.

Khusnaeni, Nuri Luluk dan Edy Yulianto. (2017). *Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian* (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4G LTE yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4G LTE Versi “Nixia Gamer”). *Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian* (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4G LTE yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4G LTE Versi “Nixia Gamer”). Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta : PT.Prehallindo.

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler P. And Keller, K. (2012). *Marketing Management 14 Edition*. Prentice Hall. Upper Sadle River. New Jersey.

Kriyantono. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana

Morissan, (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Mustafidah, Hidayati. T.T (2014). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

Negm, Eiman dan Passent Tantawi. (2015). *Investigating the Impact of Visual Design on Consumers’ Perceptions towards Advertising*. *International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 5, Issue 4, April 2015, ISSN 2250-3153*.

Nurbani, Putri Aulia. (2016). *Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Bukalapak di Televisi terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa* (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Purwati, Tjitra Eka. (2015). Pengaruh Pesan Kampanye Terhadap Sikap Pengendara (Survey Eksplanatif Program “Parkir Meter” Dinas Perhubungan Kota Bekasi di Jl. Grand Galaxy City). Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, Jakarta.

Riduwan, Akdon. (2006). Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika, Edisi pertama. Bandung : Alfabeta.

Riduwan. (2010). Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Riduwan, Akdon. (2011). Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Bandung : Alfabeta.

Sari, Henni Aprilia. (2018). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Respon Konsumen Di Bandar Lampung. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung.

Siregar, Syofian. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Soemanagara, Rd. (2008). *Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV

Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Sunarto, Kamanto. (2004). Pengantar Sosiologi (edisi ketiga). Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Utami, Dessy Nurul dan Berlian Primadani Satria Putri. (2019). Pengaruh Pesan Iklan Clean & Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda Di Youtube Terhadap Respon Kognitif Khalayak. Jurnal Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2019.

Wijaya, Tony. (2009). Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya.

<https://kabar24.bisnis.com/read/20190403/15/907653/jelang-pemilu-mensos-ajak-masyarakat-jaga-toleransi-dan-hargai-perbedaan> (Diakses pada 30 september 2019 pukul 22.05)

www.brandsoftheworld.com (Diakses pada 10 september 2019 pukul 21.00 WIB)

<https://digitalreport.wearesocial.com/> (Diakses pada 11 september 2019 pukul 21.00 WIB)

<https://www.kompasiana.com/bintang9/5c41d996ab12ae58130a7de2/berbeda-pilihan-politik-bagian-dari-substansi-demokrasi?page=all> (Diakses pada 13 september 2019 pukul 14.00 WIB)

www.pantene.co.id (Diakses pada 10 september 2019 pukul 21.30 WIB)

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=pantene (Diakses pada 9 september 2019 pukul 12.00 WIB)

<https://www.youtube.com/watch?v=iCL5PQMmTj0> (Diakses pada 20 september 2019 pukul 15.00 WIB)