

### **3.8 Kelengkapan Akhir**

#### **A. Daftar Pustaka**

Agustrijanto. (2002). *Copywriting: Seni Mengasah Kreativitas & Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: Rosda karya.

Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta

Belch, George.E, dan Michael. A Belch, (2009), *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, (8th ed), New York : McGraw Hill

Cahyono,Tri. (2001). *Statistik Terapan dalam Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Purwokerto:Akademi Kesehatan Lingkungan

Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan* (edisi 4). Jakarta: Erlangga

Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (edisi 2). Jakarta: Pustaka Utama

Kotler, Philip dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Buku 2 Edisi 12)*. Jakarta:Erlangga.

---

\_\_\_\_\_ dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (Buku 2 Edisi 12)*. Jakarta:Erlangga.

\_\_\_\_\_. (2007). *Manajemen Pemasaran (Buku 2 Edisi 12)*. Jakarta:Erlangga

Moriaity, Sandra., Mitchell, Nancy., & William Wells,. (2009). *Advertising (8th ed.)* Jakarta : Kencana

Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Noor,Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana

Riduwan & Kuncoro. (2010).*Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta

Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis* .Bandung: Alfabeta

Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business*, (fourth edition). New York, John Wiley & Sons, Inc.

Setiawan, Supriadi. (2011). *Loyalitas Pelanggan Jasa*.Bogor: IPB Press

Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sulaksana, Uyung. (2007). *Integrated Marketing Communication*.  
Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Wells, William, etc. (2007). *Advertising Principles and Effective  
IMC Practice*. South asia : Pearson Education

**Skripsi :**

Saputri, Aprilyana. Analisis Pengaruh Iklan Media Televisi Terhadap  
Keputusan Pembelian Konsumen Pada Provider Simpati Pedes.  
Diakses pada :  
[www.library.upnvj.ac.id/pdf/s1manajemen09/204111055/skripsi.pdf](http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/s1manajemen09/204111055/skripsi.pdf)

Siachahyo, Feiliana Elisabeth & Christie Adni Susilowati Prajitno.  
Pengaruh Komponen visual dan verbal iklan terhadap sikap  
atas iklan dan sikap atas merk dari iklan Pond's White Beauty  
Moisturizer di media cetak untuk wilayah surabaya. Diakses  
pada : [dewey.petra.ac.id/jiunkpe\\_dg\\_4313.html](http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_4313.html)

Said, Muh. Agung Rianto. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi  
efektifitas Media Elektronik (TV) produk sepeda motor  
Yamaha di Makassar. Diakses pada:  
[repository.unhas.ac.id/handle/123456789/1540?show=full](http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/1540?show=full)  
l.

**Jurnal:**

Afdjani, Hadiono. Makna Iklan Televisi (Studi Fenomenologi pemirsa di Jakarta terhadap Iklan Televisi Minuman “Kuku Bima Energi” Versi Kolam Susu). Diakses pada: [repository.upnyk.ac.id](http://repository.upnyk.ac.id)

Anne Lawlor, Marareth (2009). Exploring children's understanding of television advertising – beyond the advertiser's perspective. Diakses pada <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=175152>  
6

Chan, Kara. (2008). Influence of television advertising on adolescents in China: an urban-rural comparison. Diakses pada : <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=179534>  
9

Ibrahim, M. Nasir. (2007) Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Palembang. Diakses pada: [Digilib.unsri.ac.id/.../Artikel03%20\(M%20Nasir%20Ibrahim\)-re...](http://digilib.unsri.ac.id/.../Artikel03%20(M%20Nasir%20Ibrahim)-re...)

Mandala, Widya & Made Novandri SN. (2011) Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan. Diakses pada: [eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id)

Mayne, Iris. Television advertising: a consumer viewpoint. Diakses pada :  
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=852600>

Purnama, Nursya'bani. (2008) Pengaruh Iklan Televisi Menggunakan Background Musik Terhadap Recall Audience. Diakses pada [Journal.uui.ac.id/index.php/Sinergi/article/view/915](http://Journal.uui.ac.id/index.php/Sinergi/article/view/915)

Royo, Marcelo.(2007) Journal “The influence of belonging to virtual brand communities on consumers' affective commitment, satisfaction and word-of-mouth advertising: The ZARA case. Diakses pada:  
[http://www.emeraldinsight.com/journals.htm/journals.htm?articleid=1944272&show=html&WT.mc\\_id=alsoread](http://www.emeraldinsight.com/journals.htm/journals.htm?articleid=1944272&show=html&WT.mc_id=alsoread)

Sulistiono, Angga. Analisis Pengaruh Iklan Televisi terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Jupiter MX. Diakses pada: [jurnal.stiekesatuan.ac.id](http://jurnal.stiekesatuan.ac.id).

Wang, Alex. (2009). Cross-channel integration of advertising: does personal involvement matter? Diakses pada :  
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=180597>  
0

### **Sumber Internet :**

Fitriani, Fenny. (2013) . Dahsyatnya Candu Rokok. Diakses pada  
<http://radiopelitakasih.com/artikel/kesehatan/dahsyatnya-candu-rokok> ( 21 Maret 2013)

Harian Rakyat Merdeka. (2011). Penerimaan Cukai Rokok Digenjot untuk  
<http://www.rakyatmerdekaonline.com/> Lindungi Publik.  
Diakses pada (24 November 2011, 08.07)

<http://www.youtube.com/watch?v=yro51Va0dqY> (5 Maret 2012)

<http://www.sampoerna.com/>

Redaksi Kompas. (2009). Indonesia Negara Perokok Terbesar Se-ASEAN. Diakses pada [www.kesehatan.kompas.com/](http://www.kesehatan.kompas.com/) (5 Desember 2012, 6.33)

Wijaya, Awi Muliadi. (2011). Data dan Situasi Rokok (Cigarette) Indonesia Terbaru. Diakses pada [www.infodokterku.com/](http://www.infodokterku.com/) (6 Juli 2012, 5.56)