

DAFTAR PUSTAKA

- Arliza Nuliana, T. H. (2019). Dampak Iklan, Selebriti Pendukung dan Pemasaran dari Mulut ke Mulut Terhadap Kesadaran Merek Pada Produk Mie Sedap. *Journal FEB UNMUL*, 35.
- Astri Rumondang, a. a. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Dzakiyyah, S. J. (2020). Pengaruh Iklan Web Series Eiger "Jejak Rasa" Terhadap Respon Khalayak. *Journals Telkom University*, 20.
- Francisca Okwiri Odundo, P. C. (2020). Response To Style in Print Media Advertising Images : A Case Study of Female Youth in Nairobi. *Uonjournals UONBI*, 9-11.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Aceh). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Jesus Segarra-Saavedra, V. T.-V.-P.-R. (2017). Jesus Segarra-Saavedra, Victoria Tur-VineBranded Web Series As An Advertising Strategy. The #EncuentraTulugar Case. *International Journal* , 7.
- Keller, K. P. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid Pertama*. Jakarta: PT. Index.
- Nurfabiaraning, D. N. (2020). ANALISIS TAHAPAN STRATEGI KREATIF DAN STRATEGI KREATIF PESAN IKLAN “ANKLE WEEK” PADA INSTAGRAM KASUAL. *Journal Telkom University*.
- Nurfitriyana, A. (2018). Pengaruh Iklan Web Series “Samsung : Moveon Trip!” Terhadap Respon Khalayak. *Journal Telkom University*.
- Nurmardiyanto, W. (2021). Pengaruh Iklan GoPay "Pevita Ditembak, JoTa Bertindak" Terhadap Respon Khalayak. *Journal Telkom University*, 10-15.
- Sari, M. J. (2018). Pengaruh Iklan Versi “Nyalakan Harapan” Terhadap Brand Awareness Ramayana di Jakarta. *Journal Untar*.
- Sari, R. (2016). PERANAN PERIKLANAN DAN PERSONAL SELLING TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. RADIO CITRA ANAK SIANTAR (CAS) 89,4 FM. *Jurnal Nasional*, 35.
- Serina O. Moloku, J. R. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk OPPO di IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Publisher Bandung.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. *Jurnal Nasional*.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.

Widyastuti, S. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. In S. Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu* (p. 387). Jakarta Selatan : FEB-UI Press.

Wijaksana, S. M. (2017). Iklan Melalui Youtube dan Minat Beli Produk. *Jurnal Riset dan Aplikasi : Akuntansi dan Manajemen*, 136.

