

DAFTAR PUSTAKA

- A.B . Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta : PT Mizan Publika Jakarta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Donni Juni Priansa, S. S. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan , A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Lee, M., & Johnson, C. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising: Principles & Practice – 8/E*. New Jer: Pearson Educatio
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, P. W., & Hidayat, A. (2014). *Riset Terapan Teori dan Aplikasi (Mahir Menggunakan Metode Statistika untuk Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT Globalstat Solusi Utama.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.

- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Susanto, A. ..., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT. Mizan Publika Jakarta.
- Tamitiadini, D., & Lutfianto, D. (2019). Representasi Brand Identity Dalam Webseries Sebagai Alternatif Media Periklanan.
- Wibowo, L., & Priansa, D. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Winarni, E. W. (2018). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif Penelitian Tindakan Kelas (PTK) : Research and Development (R and D)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal dan Skripsi

- Wei, K. K., Jerome , T., & Shan, L. W. (2010). Online Advertising: A Study On Malaysia Consumers. *The University of Nottingham Malaysia Campus* .
- Pramanda, A. K. (2018). Pengaruh Iklan Webseries Sore: Istri Dari Masa Depan Terhadap Brand Image Tropicana Slim. Bandung.
- Alfajri, I., Irfansyah, I., & Isdianto, B. (2014). Analisis Webseries dalam Format Film Pendek (Studi Kasus Webseries 'Malam Minggu Miko Eppisode Nissa'.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Hamzah, Radja Erland. (2018). *Webseries Sebagai Komunikasi Pemasaran Digital Traveloka*. Jakarta.
- Masriono, Heri. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran “Oppo” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada Toko Ratu Cell Padang Bulan). Medan
- Adriani, Riza Devi. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Group Girl Twice Terhadap *Brand Awareness* Produk *Face Care* Scarlett Melalui Instagram. Bandung
- Dewi, Yaasmiin Larasati. (2019). Pengaruh Iklan *Webseries* Space # “Kenapa Belum Menikah?” Terhadap *Brand Awaraness* JD.ID. Bandung

Internet

- <https://industri.kontan.co.id/news/ini-strategi-oppo-untuk-pertahankan-pangsa-pasar> (2020, Oktober 10)
- <https://review.bukalapak.com/gadget/sejarah-perkembangan-oppo-di-indonesia-hingga->

sepopuler-saat-ini-2772 . (2019, September 26).

<https://www.cnbcindonesia.com>. (2020, Januari 23).

<https://www.coursehero.com/file/28861970/Sejarah-Perusahaan-Handphone-OPPOdocx/>. (2019, September 26).

<https://kumparan.com/konner-indonesia/mengenal-webseries-sebagai-strategi-perangkul-generasi-kekinian/full>. (2019, September 27)

<https://www.maxmanroe.com/vid/> . (2019, September 28).

<https://www.oppo.com/id/about-us/> . (2019, September 26).

<https://www.who.int/> diakses (2020, Oktober 10)

<http://digilib.uinsby.ac.id/1087/6/Bab%204.pdf> (2020, Desember 25)