

DAFTAR PUSTAKA

- Buchory, Herry A & Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran : Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab*. Bandung : Linda Karya
- Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana
- Chandra, Gregorius. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Clow, Kenneth E & Donald Baack. (2007). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (3rd edition)*. New Jer : Pearson Education
- Danandjaja. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Keller, Kevin L. (2008). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, Managing Brand Equity (3rd edition)*. New Jer : Pearson Education
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (8th edition)*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran (12th edition)*. Jakarta : Indeks
- Lister, Martin. (2009). *New Media : A Critical Introduction (2nd edition)*. New York : Routledge
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Miller, Michael. (2011). *Youtube For Business (2nd edition)*. USA : Que Publishing
- Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada
- Mulyana, Deddy. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. (2008). *The Power of Brands*. Jakarta : Gramedia

- Riduwan. (2006). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung : Alfabeta
- Riduwan dan Engkos A Kuncoro. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta
- Rositer, J.R, dan L. Percy (1997). *Advertising Communication and Promotion Management*. New York, McGraw-Hill
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Jilid 2)*. Jakarta : Erlangga
- Strauss, Judy & Raymond Frost. (2009). *E-Marketing (5th edition)*. New Jer : Pearson Prentice Hall
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek : Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan*. Malang : Bayumedia
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Rosdakarya
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung : Alfabeta
- Uchjana, Onong. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Prenada Media Group

Jurnal

- Alijani, Ghasem S., *et al.* (2010). *Effectiveness of Online Advertisement Factors in Recalling Product*, 14(1), 1-10. Retrieved from EBSCO Journals Database
- Andrianto, Richard D & Jony Oktavian. (2010). *Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness Untuk Memunculkan Intention to Buy*, 9(1). Retrieved from SBM ITB Journals
- Brettel, Malte & Andrea Spilker. (2010). *Online Advertising Effectiveness : A Cross Cultural Comparison*, 4(3), 176-196. Retrieved from Emerald Insight Journals Database
- Candrawati, Nia. (2012). *Pengaruh Iklan Online Telkomsel di Kaskus.co.id Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel*. Retrieved from Batik Telkom University Journals
- Chan, Christopher. (2010). *Using Online Advertising to Increase The Impact of A Library Facebook Page*, 32(4/5), 361-370. Retrieved from Emerald Insight Journals Database
- Ching, Russell K.H., *et al.* (2013). *Narrative Online Advertising : Identification and Its Effects on Attitude Toward a Product*, 23(4), 418-438. Retrieved from Emerald Insight Journals Database
- Destiana, Ratu Indah. (2012). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia di Kota Bandung*. Retrieved from Batik Telkom University Journals
- Goldsmith, Ronald E. & Barbara A Lafferty. (2002). *Consumer Response to Web Sites and Their Influence on Advertising Effectiveness*, 12(4), 318-328. Retrieved from Emerald Insight Journals Database
- Hemashinta, Lintang K. (2012). *Pengaruh Stimulus Iklan Televisi Pocari Sweat Versi "Youth Sweat Beautiful" Terhadap Brand Awareness Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Kalimalang*. Retrieved from Gunadarma Library Journals

Kurnia, Novi. (2005). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru : Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*, 6(2), 291-296. Retrieved from MediaTor Journals

Pashkevich, Max., et al. (2012). *Empowering Online Advertisements by Empowering Viewers with The Right to Choose : The Relative Effectiveness of Skippable Video Advertisements on Youtube*, 52(4), 451-457. Retrieved from EBSCO Journals Database

Pratama, Adriawan K. (2013). *Iklan Humor dan Kesadaran Merek (Terpaan Iklan Dengan Unsur Humor Di Media Televisi Terhadap Kesadaran Merek Produk Kartu AS Di Kalangan Mahasiswa Komunikasi Non Reguler Pada Tahun 2012)*. Retrieved from Jurnal Komunikasi Univ. Sebelas Maret

Safitri, Mei Rantiastuti. (2011). *Motif Penggunaan Sosial Media di Kalangan Remaja Jalanan*. Retrieved from Jurnal Komunikasi Univ. Sebelas Maret

Skripsi

Defiona, Marta O. (2012). *Pengaruh Iklan Online di Facebook Terhadap Minat Pembelian Pakaian Jadi Studi Kasus Pada Karyawan wanita PT. Infomedia Nusantara Medan*. Skripsi pada Universitas Sumatera Utara Medan : Tidak Diterbitkan

Fitrianto, Ristyan. (2012). *Pengaruh Pemasaran Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Perusahaan Jasa (Studi Pada Pengunjung Taman Rekreasi Batu Night Spectacular)*. Skripsi pada Univ. Negeri Malang : Tidak Diterbitkan

Permatasari, Ria. (2012). *Pengaruh Strategi Media Sosial Kompas TV Terhadap Brand Awareness (Survei Pada Followers Akun Twitter @KompasTV)*. Skripsi pada TEBS Univ. Telkom Bandung : Tidak Diterbitkan

Dokumen

Advertising Research Foundation. (2010). *Variations in Video Advertising Impact*. USA : Advertising Research Foundation

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2012). *Data Profil Pengguna Internet 2012*. Jakarta : APJII

Internet

Alexa Company. (2013). Alexa Site Info. Diakses pada www.alexacom.com (12 September 2013, 16.00)

Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia. (2013). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia*. Diakses pada www.apjii.co.id (11 September 2013, 14.00)

Kabar Bisnis. (2013). “*Perusahaan Dunia Mulai Lirik Iklan di Video Online*”. Diakses pada www.kabarbisnis.com (19 Oktober 2013, 20.00)

Kurniawan, Iwan. (2013). “*Jauh Lebih Efektif, Media Internet Dominasi Belanja Iklan Global*”. Diakses pada www.fokus.news.viva.co.id (19 Oktober 2013, 19.00)

Kurniawan, Sigit. (2012). “*Belanja Iklan Online Tahun 2012 Tumbuh 21,3%*”. Diakses pada www.the-marketeers.com (19 Oktober 2013, 19.30)