

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- A.M., Morris. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- A., Surachman S. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek: Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan*. Malang: Bayumedia Publishing
- Andrew F. Wood & Matthew J. Smith. *Online Communication: Linking Technology, Identity & Culture*. 2005. Lawrence Elbaum Associates, Inc.
- Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Durianto, D dan C. Liana. 2004. *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan, 11 (1). 33-35.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno, 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raka Grafindo Persada
- Kriantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Perdana Media Group.
- Kotler, Philip. 2008 *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*.
- Littlejohn, Stephen. 2009. *Theories of Human Communication*. Terjemahan oleh Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi Terjemahan. Jakarta: Salemba Humanika

- Moriarty, Mitchell, dan William Wells. 2009. *Advertising; Principle and Practice*. Pearson International Edition.
- Morrison. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, M (2008). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*. Tesis Manajemen S2. Magister Manajemen. Universitas Diponegoro.
- Rossiter, JR & Percy L. 1998. "Advertising Communications & Promotion Management." 2nd edition, McGraw Hill: New York.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Shimp, Terence, A. 2007. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion. Seventh Edition*. New York: McGrawHill
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan Kedelapanbelas, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society: Social Aspects of New Media*. SAGE Publisher.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Williams, Dan. 2012. *Web TV Series: How to Make and Market Them*. Harpenden: Oldcastle Books.

Jurnal Nasional

Angelina Sumampow. 2013. *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Produk Aqua dengan Menggunakan Metode EPIC Model dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Manado*. Sumber: ejournal.unstrat.ac.id

Bagus Riyantoro dan Ati Harmoni. 2013. *Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih*. Sumber: ejournal.gunadharma.ac.id

Dian Bestriandita dan Edy Widodo. 2017. *Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Menggunakan EPIC Model Terhadap Mahasiswa UII Yogyakarta*. Sumber: <http://conferences.uin-malang.ac.id/index.php/SIMANIS>

Noviany Wijaya. 2014. *Analisa Efektivitas Iklan Kosmetik Wardah dengan Menggunakan Consumer Decision Model (CDM)*. Sumber: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2 No. 1

Stella Fitriyana. 2013. *Pengaruh Efektivitas Iklan yang Dimediasi Oleh Citra Merek*. Sumber: eprints.ums.ac.id

Skripsi:

Ade Raisha Nurgayatri. 2016. *Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand ELMEIRA*. Sumber: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

Ariadna Dewi Miranda. 2017. *Pengaruh Iklan Pada Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Nasabah Bank Bjb Cabang Buah Batu – Bandung Tahun 2017)*. Sumber: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

Kefas Aldi Hartono. 2016. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebriti Endorser Terhadap Kesadaran Merek dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Minuman Dalam Kemasan*. Sumber: eprints.uny.ac.id/39130/

Kiyeng Pamungkas Bondo Sapolo. 2017. *Efektivitas Iklan Bukalapak di Youtube dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*. Sumber: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

Siti Chaeriah Rasyid. 2011. *Analisis Pengaruh Endorser, Pendidikan Audiens, dan Kreativitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Serta Dampaknya Terhadap Sikap Merek Produk*. Sumber: repository.uinjkt.ac.id

Jurnal Internasional

Charity Pradiptarini. 2011. *Social Media Marketing: Measuring Its Effectiveness and Identifying Target Market*. Sumber: www.emeraldinsight.com

Eui-Bang Lee, Sang-Gun Lee, Chang-Gyu Yang. 2017. *The Influences of Advertisement Attitude and Brand Attitude on Purchase Intention of Smartphone Advertising*. Sumber: www.emeraldinsight.com

Faraz Saadeghvaziri, Zohreh Dehdashti, Mohammad Reza Kheyrikhah Askarabad. 2013. *Web Advertising Assessing beliefs, attitudes, purchase intention and behavioral responses*. Sumber: www.emeraldinsight.com