

DAFTAR PUSTAKA

- Aiwan, T. Y. (2013). *Efektifitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan Customer Rensponse Index (CRI) Pada Perempuan Di Surabaya*.
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Hasil Survey*. Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Website: www.apjii.or.id
- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bandur, A. (2013). *Penelitian Kuantitatif, Desain dan Analisis Data dengan SPSS 1st Edition*. Yogyakarta: Deepublish (CV. BUDI UTAMA).
- Belch, D. (2012). *Advertising and Promotion (An Integrated Marketing Communications Perspective) 9 Edition*. New York: McGrawHill/Irwin.
- Best, R. J. (1997). *Market-Based Management*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Best, R. J. (2012). *Market-Based Managemen*. New Jersey: Pearson Education.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: : CV. ANDI OFFSET.
- Durianto, D., Sugiarto, Widjaja, A., & Supraktikno, H. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Efektivitas Tagline Televisi Minuman Ringan Teh Botol Sosro Versi "Apapun Makanannya Minumna Teh Botol Sosro" Dengan Menggunakan Metode Customer Response Index (CRI). *EKSIS*, XI(2), 140-150.

- Gunawan, L. (2014). *Efektivitas Iklan Televisi Suzuki Karimun Wagon R di Masyarakat Surabaya* (Vol. 5). Jurnal e-Komunikasi.
- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial. *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 99-109.
- Hsu, C., & Powers, T. (2002). *Marketing Hospitality 3rd Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Ilham, P. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Indrawati, P. D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kaplan, R., & Saccuzzo, D. (1993). *Psychological Testing Principles, Application, and Issues*. Pacific Grove, California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Kartikasari, A. (2014). Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share) pada Konsumen Perkedel Bondon di Bandung. Diambil kembali dari <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/65288/slug/analisis-aisas-attention-interest-search-action-share-pada-konsumen-perkedel-bondon-di-bandung.html>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Maulana, F. (2016). *Analisis Promosi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Oval Research Bandung)*.
- Middleton, V. (2009). *Marketing in Travel and Tourism, 4th Edition*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Mikharisti T., Y. R. (2014). *Strategi Promosi Coffe Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology)*.
- Nugraha, A. S., Suharjo, B., & Sahara. (2015). Efektivitas Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Toko Ritel Produk Susu Cair PT. Frisian Flag Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 88-97.
- Saladin, D. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sambas Muhidin, A., & Maman, A. (2009). *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sari, E. T. (2014). *Analisis Consumer Response Index (CRI) Pada Media Iklan Gadgets Di Kalangan Pengguna Di Surabaya*.
- Sedarmayanti. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2013). *Advertising Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication, 9th Ed*. Columbia: Harcourt College Publisher.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kuliitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ulfa, M. (2018). Efektivitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5(1), 1-14.

Wijaya, K. K. (2016, Januari 15). *Indonesia Ternyata Pengguna Instagram Terbanyak Ketiga di Duni*. Diambil kembali dari [id.techinasia.com](https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia):
<https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia>