

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity; Capitalizing on the Value of Brand Name*, The Free Press, New York
- Durianto, Darmadi, dkk, 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Sitinjak, Tony. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Harjanto, Rudy. 2009. *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Jakarta, PT Gramedia Jakarta.
- Ghozali. Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Junaedi, Fajar. 2013. *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta.
- Kotler, P & Keller, K.L. 2009. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke-1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas Jilid 1 dan 2 dialih bahasakan oleh Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lee, Monle & Carla Johnson. 2011. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- McQuail, Dennis & Sven Windahl. 1993. *Communication Models : For The Study Of Mass Communication, 2nd Edition*, New york : Longman Inc.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Peter, Paul dan Jerry Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Rangkuti, F. 2002. *The Power of Brand (Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Marketing Mix*. Jakarta: Trans Media.
- Riduwan. 2009. *Aplikasi Statistika Dan Metode Penelitian Untuk Administrasi Dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruci. Salemba Humanika.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Schiffman, Leon G and Leslie L. Kanuk. 2000. *Costumer behaviour. Fifth Edition*. Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumeda Publishing.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- William Wells, John Burnett, dan Sandra Moriarty. 2000. *Advertising: Principles dan Practice, Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall International Inc.

**Skripsi :**

- Shafira, W. A. (2017). *Pengaruh Terpaan Iklan Youtube Ramayana Ramadan 2017 Versi Bahagiannya adalah Bahagiaku Terhadap Citra Merek*. Bandung: Universitas Telkom.
- Purnama, Pradana. Adi. (2018). *Pengaruh Iklan Youtube Eka Gustiwana Versi Ayo Indonesia Bisa terhadap Citra Merek Sampo Clear*. Bandung: Universitas Telkom.
- Gurusinga, Eme. Pepayosha. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan dan Kreativitas Iklan Indoeskrim Nusantara "Kisah Legenda Nusantara" di Youtube Terhadap Brand Awareness*. Bandung: Universitas Telkom
- Puteri, Islamiaty. Ruhlfi. (2018). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Terhadap Citra Merek Transvision*. Bandung: Universitas Telkom
- Azvandiari. Hendry. (2018). *Pengaruh Citra Merek Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian*. Bandung: Universitas Telkom

**Jurnal :**

- Putro, Adityo. (2009). "Analisis Efektivitas Banner Ads Untuk Meningkatkan Brand Image Product/Jasa di Indonesia (Studi kasus Kaskus.Ub dan Detik.Com)". Jurnal Progam Magister Universitas Gunadarma; 8 (1) 6-13.
- Raharjo, Abi. (2016). *Terpaan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Pada Perempuan (Studi Kuantitatif Pengaruh Terpaan Iklan Extra Joss Blend pada Televisi terhadap Minat Beli Tim Futsal Perempuan di Kota Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Lestari, Tirta. (2015). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevation Terhadap Minat Beli*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Lubis, Rafika, Zahara. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Pada Poliklinik RS. Haji Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara
- Nuriqli, Putra. (2010). *Terpaan Iklan Produk Axe Terhadap Tanggapan Khalayak*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Nurbani, Putri, Aulia. (2016). *Pengaruh Terpaan Iklan e-commerce Bukalapak di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: Universitas Islam Nusantara

- Truong, Mai. (2015). *The Effects of Television Commercials on Customers Purchase Intention—A Study of Milk Industry in Ho Chi Minh City, Vietnam*. Hanoi: Vietnam National University
- Zhang, Yi. (2015). *The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review*. Guangzhou: Jinan University
- Ahmad, Wasim. (2013). *Impact of Television Advertisement Exposure and Parental Control on Purchase Request: A Study of Urban Children in Central Punjab, Pakistan*. Beijing: Beijing Institute of Technology
- Baser, Danish. Sana. (2015). *Impact of Brand Image on Buying Behavior Among Teenagers*. Islamabad: Baria University
- Shah, Saddam. Hussain. (2016). *The Influence of TV Commercials on the Lifestyle of Youngsters*. Bangladesh e-Journal of Sociology

#### **Internet :**

- Anonim. Our Story. dalam <https://careers.shopee.co.id/about/>. diakses pada 13/03/2019, pukul 23:17 WIB
- Valerie dan Kevin. (2017, 15 September). Memahami demam K-pop di Indonesia. dalam <https://www.rappler.com/indonesia/gaya-hidup/182270-memahami-demam-k-pop-indonesia>. diakses pada 25/3/2019, pukul 22:21 WIB.
- Anonim. (2018, 29 November). Inilah Daftar E-Commerce Favorit Masyarakat Indonesia Versi MarkPlus Inc. Dalam <https://biz.kompas.com/read/2018/11/29/115232728/inilah-daftar-e-commerce-favorit-masyarakat-indonesia-versi-markplus-inc>. diakses 30/4/2019 pukul 15:00 WIB.
- Anonim. (2010, 10 April). dalam <https://www.bps.go.id/publication/2010/10/04/d8ad1f6168e396f4b7be5501/penduduk-indonesia-menurut-provinsi-dan-kab-kota-sp-2010.html>. diakses pada 1/5/2019, pukul 22:21 WIB
- Shopee Indonesia. TVC Shopee Birthday Sale 12.12 Blackpink. Dalam <https://www.youtube.com/watch?v=USSiiUBIW0g> diakses pada 11/02/2019, pukul 22:21 WIB

- Ambaranie nadia . (2018, 21 Desember). Belanja iklan Shopee Blackpink diperkirakan capai Rp. 9,325 miliar. Dalam <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/21/115556526/belanja-iklan-shopee-blackpink-diperkirakan-capai-rp-9325-miliar>. diakses pada 20/02/2019, pukul 16:26 WIB
- Anonim. 12.12 birthday sale. Dalam <https://shopee.co.id/m/12-Birthday-Sale-995>. diakses pada 12/02/2019 pukul 15:00 WIB)
- Anonim. (2018, 18 April). Indonesian e-commerce shopping behaviour. Dalam <https://snapcart.global/indonesian-e-commerce-shopping-behavior/>. diakses pada 10/2/2019, pukul 22:20 WIB
- Fadli Arvi. (2018, 28 November). Belanja Hemat Promo Melimpah di Shopee 12.12. Dalam <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-mall/belanja-hemat-promo-melimpah-di-shopee-12-12/>. Diakses pada 13/02/2019 pukul 16:44 WIB
- Risma. (2018, 8 Febuari). Konsumen Shopee di Indonesia didominasi Generasi Milenial. Dalam <https://presidentpost.id/2018/02/08/konsumen-shopee-di-indonesia-didominasi-generasi-milenial/>. Diakses pada 30/4/2019 pukul 15:47 WIB).
- Maimon Herawati. (2018, 7 Desember). Komisi Penyiaran Hentikan Iklan Blackpink Shopee. Dalam <https://www.change.org/p/komisi-penyiaran-indonesia-hentikan-iklan-blackpink-shopee>. diakses pada 8/2/2019, pukul 20:12 WIB
- Chalimatus Sa'diyah. (2018, 13 Desember). Iklan BLACKPINK Tuai Kontroversi, Millennials Beri Beragam Komentar. Dalam <https://www.idntimes.com/opinion/social/chalimatus-sadiyah/iklan-blackpink-tuai-kontroversi-millennials-beri-beragam-komentar-c1c2/full>. diakses pada 22/2/2019, pukul 19:55 WIB
- Anonim. Google Trends dalam <https://trends.google.co.id/trends/explore?q=blackpink%20shopee&geo=ID>. diakses pada 11/3/2019, pukul 13:31 WIB