

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, Suharsini. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Durianto, Darmadi *et al.* (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Indeks.
- \_\_\_\_\_ (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2008). *Principle of Marketing*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad. (2010). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher and Wirtz Jochen. (2007). *Service Marketing* 6th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Morissan. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakasa.
- Peter, J Paul dan Jerry C Olson, (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Riduwan dan Kuncoro Engkos Achmad. (2007). *Analisis Jalur*. Bandung : Alfabeta.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4 jilid 1*. Jakarta: Selemba Empat.
- \_\_\_\_\_ (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4 jilid 2*. Jakarta: Selemba Empat.

- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Buku 1 Edisi 4, Jakarta: Selemba Empat.
- \_\_\_\_\_ (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Buku 2 Edisi 4, Jakarta: Selemba Empat.
- Shimp, Terence A., (2003). *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 2, Edisi kelima, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataif, dan R&D*. Cetakan ke-10. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia.
- Susetyo, Budi . (2010) . *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian* . Bandung: PT Refika Aditama.

### **Jurnal**

- Albari. (2007). *Efektivitas Iklan Televisi Sabun Pembersih Muka di Kota Yogyakarta (Pendekatan Consumer Decision Model)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 9, No 1, 2007 I-21.
- Bram, Yudi Farola. (2005). *Analisis Efektifitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan Dan penerbitan PT. Rambang Dengan Menggunakan EPIC Model*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya. Vol 3, No 6, 2005 I-21.
- Brettel, Malte & Andrea Spilker. (2010). *Online Advertising Effectiveness : A Cross Cultural Comparison*. Jurnal of Research in Interactive Marketing, Vol. 4, No.3, 2010 I-21.
- Purnama, Nursya'bana & Ratih Dyah Setyowati. (2003). *Pengaruh Iklan Televisi Menggunakan Background Music Terhadap Recall Audience*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 6, No.1, 2003 I-20.
- Pardosi, Asima Juliana. (2008). *Analisis perbedaan sikap mahasiswa STIE Musi Palembang terhadap iklan Untung Beliung BRITAMA Ditinjau dari EPIC Model*. Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol 6, No 1, 2008 I-15.

## **Skripsi**

- Arfianto, Wahyu. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi pada iklan produk motor Honda) di kota Semarang*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Atmaja, Bachtiar Sri Kusuma. (2006). *Analisa Efektifitas Iklan Media Televisi Djarum Super Mezzo Versi “Berlari Dan Melayang” Menggunakan Epic Model Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*. Malang: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Wijayanti, Ekasari. (2011). *Analisi iklan televisi kartu As versi Sule (kasus pada mahasiswa program strata-1 Institut Pertanian Bogor)*. Bogor: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Pratiwi, Dewi Ayu Kusuma. (2010). *Pengukuran Efektivitas Iklan Mie Sedaap versi “Artis Cilik Umay” Dengan Menggunakan EPIC Model*. Jakarta: Skripsi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Ulum, Mohamad Y. (2010). *Analisis Brand Awareness dan Efektifitas Komunikasi Iklan Media Televisi Tory Cheese Cracker Versi “Berjoget dan Bernyayi” Menggunakan EPIC Model Pada Anggota Forum Kaskus.U.s*. Skripsi Program S1 STMB Telkom Bandung : tidak diterbitkan.

## **Internet**

- Emjaiz. (2009). Karakteristik Iklan. Wordpress [Online]. Tersedia: <http://emjaiz.wordpress.com/2009/09/04/iklan-televisi>. [20 Desember 2011].
- Wahyudi, Reza. (2011, 15 Oktober). Belanja Iklan Mobile indonesia Teratas Di Asia Tenggara. Kompas [Online]. Tersedia: <http://www.Kompas.com>. [16 Desember 2011].

Edelman dan Brandtology (2010, 30 April). *Inilah Tiga Operator Telekomunikasi Peringkat 10 Teratas*. Berita8 [Online]. Tersedia: <http://berita8.com/news>. [20 Desember 2011].

Puji, Siwi Tri B (2010, 30 Juli). *Advertising Spend in Indonesia Jumped 23% to Hit Rp 60 trillion in 2010, a Bumper Year : Nielsen*. ACNielsen [Online]. Tersedia: <http://id.nielsen.com/news/Release010211.shtml>. [20 Desember 2011].

Maria, Anne. (2011, 7 Desember). *Telkomsel As Bidik Komunitas*. Tribunnews Batam [Online]. Tersedia: <http://batam.tribunnews.com>. [21 April 2012].

Priyambodo, RH. (2012, 12 Februari). *XL Hotrod 3G+ hadir di Semarang*. Antaraneews [Online]. Tersedia: <http://www.antaraneews.com>. [21 April 2012].

<http://www.Youtube.com>, diakses pada tanggal 4 januari 2012.

<http://www.Telkomsel.com>, diakses pada tanggal 20 Desember 2011.

<http://www.XL.co.id>, diakses pada tanggal 20 Desember 2011.

<http://www.Indosat.com>, diakses pada tanggal 20 Desember 2011.

<http://www.batam.tribunnews.com/2011/12/07/>, diakses pada tanggal 21 April 2012.