

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Belch E. George & Michael A. Belch. 2015. *Advertising and Promotion, an Integrated Marketing Communications Perspective*. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Clow, K. E. dan Baack D. 2010. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. New Jersey: Prentice Hall
- Durianto, Darmadi, dkk, 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1 dan 2 dialih bahasakan oleh Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2006: *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks.
- MA, M. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, T. (2014). *Www. hm, Defining Your Digital Strategy*.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. 1997. *Advertising communications and promotion management*. McGraw-Hill.
- Priyatno, D. 2012. *Belajar praktis analisis parametrik dan non parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.

- Rahman, Arif. 2010. Strategi DaHXYat Marketing Mix. Jakarta: Trans Media.
- Randall, Geoffrey. 2001: *The Art of Marketing: A Practical Guide to Planning Your Strategy*. New Delhi: Crest Publishing House.
- Rangkuti, F. 2008: Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan & Kuncoro. 2008. Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung. Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. 2003: Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarata : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. 2012. Metode riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2013. Model-model Linier dan Non Linier dalam IBM SPSS 21. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setiadi, N. J. 2008. Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. *Jakarta: Prenada Media*.
- Sugiyono, P. D. 2017. Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015: Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Suryanto, D., & Si, M. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. *Bandung: CV PUSTAKA SETIA.*

Tjiptono. Fandy. 2004. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

### **SKRIPSI:**

Adrian, S. W. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan YouTube Ramayana Ramadan 2017 Versi Bahagiannya adalah Bahagiaku Terhadap Kesadaran Merek. Bandung : Universitas Telkom.

Pramanda, A. K., & Nurfebiaraning, S. (2018). Pengaruh Iklan Web Series Sore: Istri Dari Masa Depan Terhadap Brand Image Tropicana Slim. *eProceedings of Management*, 5(1). Bandung : Universitas Telkom.

Purnama, P. A., & Nurhayati, I. K. (2020). Pengaruh Iklan Youtube Eka Gustiwana Versi Ayo Indonesia Bisa Terhadap Citra Merek Sampo Clear. *JURNAL HERITAGE*, 8(1), 17-27. Bandung : Universitas Telkom.

Rachmady, A. F. (2011). Pengaruh Iklan Televisi Pocari Sweat Versi JKT-48 (*Build The Dream*) Terhadap Brand image Pocari Sweat. Bandung : Universitas Telkom.

Utfany, R. S. (2013). Pengaruh Kombinasi Strategi Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap *Brand Image* Kartu Simpati. Bandung : Universitas Telkom.

Wibisono, A. F., & Martini, E. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Al Ghazali Pada Iklan Televisi Terhadap Brand Image Indomie Pada Penduduk Usia Muda

Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(1). Bandung : Universitas Telkom.

#### **JURNAL NASIONAL:**

Endang, S. R., & Dina, W. D. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Jurnal. USU: Medan*.

Nugroho, A. P. (2013). Pengaruh Iklan Ber-*Tagline* “NDESO” Terhadap Citra Perusahaan (Studi Persepsi Masyarakat Pada Iklan Operator XL Versi Tukul Arwana)

Putro, Adityo. 2009. “Analisis Efektivitas Banner Ads Untuk Meningkatkan Brand Image Product/Jasa di Indonesia (Studi kasus Kaskus.Ud dan Detik.Com)”. *Jurnal Progam Magister Universitas Gunadarma*; 8 (1) 6-13.

Sari, D. P. (2013). Pengaruh *Celebrity Endorser* Ayu Ting Ting Dalam Iklan Televisi Terhadap *Brand Image* Produk Mie Sarimi

Sasetyo, S., Nawawi, H., & Rondonuwu, R. (2012). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent. *Students e-Journal*, 1(1), 24.

Zahra, F. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Make Over Melalui Beauty Vlogger Dalam Membangun Citra Merek. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).

#### **JURNAL INTERNATIONAL:**

Chan, K., Ng, Y. L., & Luk, E. K. (2013). *Impact of celebrity endorsement in advertising on brand image among Chinese adolescents. Young Consumers: insight and ideas for Responsible marketers*, 14(2), 167-179.

David M. W. (2009). *Sponsorship congruence and Brand image: A pre-post event analysis*

Kauppinen, P., & Pavlova, A. (2017). YouTube influence on Well-being brands.

Reid, L. N., & Buchanan, L. (2013). *A shopping list experiment of the impact of advertising on brand images. Journal of Advertising, 8(2), 26-28.*

Serrao, P., & Botelho, D. (2008). *Effect of Brand Extension on Brand Image: A Study in the Brazilian Context. ACR Latin American Advances.*

Brakus, J., Schmitt, B., & Zarantonello, L. 2009. *Brand experience: what is it? how is it measured? does it affect loyalty?* Journal of Marketing, 73: 52-68.

#### **LITERATUR ONLINE:**

<https://wearesocial.com/digital-2020>

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180509174618-33-14344/10-iklan-indonesia-yang-paling-banyak-ditonton-di-youtube>

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160920130755-185-159628/tampilkan-luka-dan-darah-iklan-grabbike-tuai-kontroversi>

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3907215/lima-perusahaan-paling-inovatif-menurut-the-fast-company>

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3912922/kisah-perjalanan-grab-dari-lahir-hingga-jadi-decacorn>

<https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/jasa-transportasi-online-fase-2-2019/>

<https://www.youtube.com/intl/id/about/press/>

<https://www.youtube.com/watch?v=IIV8Rosy5aw>

