

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A, Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi kelima)*, Jakarta: Erlangga.
- Andreassen, T. W., (1994). *Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector*, International Journal of Public.
- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, dan Masalah masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Durianto, dkk. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif : Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gurnelius, Susan. (2011). *30-Minute Sosial Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Jim, Aitchison dan May Lwin. (2005). *Clueless In Advertising*. Jakarta : PT. Bhuana Ilmu populer.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta : Erlangga.
- Madjadikara, Agus, S. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan ?*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- McQuail, Denis. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication, Ltd.
- McQuail, Dennis. (2010). *Mcquail Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Nawiroh, Vera. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pujianto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Santana, Septiawan. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Siagian, Sondang. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi. Aksara.

Simamora, Bilson. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Syamsul, Asep dan M. Romli. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

SKRIPSI

Al Qadri, Andi Muhammad. (2019). *Efektivitas Bahasa Bugis Sebagai Media Dakwah Dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Religius Di Desa Giri Kusuma Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Fidyah, Nurul. (2017). *Efektifitas Iklan Produk Kosmetik Wardah Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada follower @wardahbeauty pada media sosial instagram)*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Hizbullah, Rizki. (2017). *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Traveloka Versi Traveling Menggunakan Direct Rating Method (DRM) Menurut Konsumen Di Kota Malang (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Nafiah, Dzurriyatun. (2018). *Direct Rating Method (DRM) (Studi Kasus NU CARE-LAZISNU Jakarta Pusat)*. Universitas Islam Negeri Walisongo.

Swastika, Virginia. 2019. *Analisis Efektivitas Iklan Video Online Gojek Versi Introducing: JO & JEK MENGGUNAKAN DIRECT RATING METHOD (Studi Pada Pelanggan GOJEK di Bandarlampung)*. Universitas Lampung.

JURNAL NASIONAL

Fadilah, Jusuf. (2017). *Efektivitas Iklan Cetak Hydro Coco Dengan Menggunakan Metode Direct Rating Method (Survei Pada Remaja Di Gor Veldrome Rawamangun)*. Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2.

Hanifa, Fanni Husnul, Wulandari, Astri, Sastika, Widya, (2019). *Direct Rating Method Untuk Mengukur Efektivitas Iklan Melalui Media Televisi (Studi Pada Iklan Teh Pucuk Harum)*. Ikraith-Humaniora Vol 3. No 2.

Hermawan, Nielsen Djuwandono. (2014). *Efektifitas Iklan Televisi Tokobagus.Com Versi "Mau Jual Mobil?" Pada Masyarakat Surabaya*. Jurnal E-Komunikasi, vol 2. No.1.

Martana, I Ketut. (2018). *Efektivitas Iklan Televisi Teh Botol Sosro Tawar Versi Natural dan Fresh dengan Direct Rating Method (DRM)*. Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT).

Pancaningrum, Erminati. *Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Gerakan Nasional Wirausaha Pada Mahasiswa Di Kota Jombang*. Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper.

JURNAL INTERNASIONAL

Hahn, James,. Dr. Kovashka, Adriana,. *Measuring Effectiveness of Video Advertisements*. International Journal of University of Pittsburgh.

Pancaningrum, Erminati,. Rahayu, Wahyu Ari,. 2017. *The Effectiveness of Facebook as an Advertising Strategic Method Using EPIC: A Case Study of Mie Jupe Jombang*. Chinese Business Review, Vol. 16, No. 7.

Purba, Humiras Hardi,. Nasuka, Dody Saptadi,. Siagian, Gidionton Saritua,. (2018). *Promotional Effectiveness Analysis Through Epic Model Approach On Tourism Services Industry*. International Journal of Scientific Research Engineering & Technology (IJSRET).

Purwanto, Ade,. Umam, Khoirul,. (2019). *The Effectiveness Of Tagline "Ada Aqua" Using Epic Model In Rangkaian Jaya Baru Sub-District Pancoran Mas Depok*. Journal of Management and Business Application, Vol. 2, No. 2.

Voorveld, Hilde A. M.,. Noort, Guda van,. Muntinga, Daniël G.,. & Bronner, Fred. *Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type*. Journal of Advertising.

INTERNET

Database SIAK. (2011). *Penduduk*, [online], diambil dari dispusipda.jabarprov.go.id [Akses : 30 Agustus 2019 pukul 11.05 WIB].

Eka, Randi. (Mei 2018), *Preferensi Penggunaan Aplikasi Lokal 2018*, [online], diambil dari <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-preferensi-penggunaan-aplikasi-lokal-2018> [Akses : 29 Agustus 2019 pukul 14.00 WIB].

Gojek. (2018), *Gojek Indonesia*, [online], diambil dari www.gojek.com [Akses : 29 Agustus 2019 pukul 14.01 WIB].

Gojek. (April 2019), *Gojek Indonesia*, [online], diambil dari <https://www.youtube.com/watch?v=wSUJG7fkHKw> [Akses : 30 Agustus 2019 pukul 10.00 WIB].

Dwi Riyanto, Andi. (2019), *Hootsuite (We are Social) : Indonesian Digital Report 2019*, [online], diambil dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/> [Akses : 30 Agustus 2019 pukul 09.00 WIB].

Komisi Pemilihan Umum. (Desember 2018), *Berapa Jumlah Daftar Pemilih Tetap Pemilu 2019*, [online], diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/27/berapa-jumlah-daftar-pemilih-tetap-pemilu-2019> [Akses : 30 Agustus 2019 pukul 11.00 WIB].