

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku :

- Ardianto, Elvinaro dkk, 2007, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Badjuri, Adi, 2010, *Jurnalistik Televisi*. PT. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Cangara, Hafied, 2009, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Raja Grafindo, Jakarta
- \_\_\_\_\_, 2014, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta
- Daryanto. 2011, *Ilmu Komunikasi 1*, Satu Nusa, Bandung
- Djatnika, Tjetjep, 2007, *Komunikasi pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Effendy, Onong Uchjana 2013, *Teory Filsafat Komunikasi*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung
- Framanik,NA 2012, *Komunikasi Persuasi*, Kocipta Publishing, Serang
- Hamidi, 2010, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, UMM Press, Malang
- Jaiz, Muhammad, 2014, *Dasar – Dasar Perikllanan*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Kotler, Philip, S. Alexander, and Amstrong, Gary, 2004, *Marketing Management*, PT. Indeks, Jakarta
- Kriyantono, Rachmat, 2008, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- \_\_\_\_\_, 2010, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- \_\_\_\_\_, 2012, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, kencana, jakarta
- Lee, Monie & Carla johnson, 2007, *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Kencana, Jakarta
- Margono 2004, *Metodologi Pendelitian Pendidikan*, Rineka Cipta, Jakarta
- Morrisan 2007, *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ramdina Prakarsa, Jakarta

\_\_\_\_\_, 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Prenda Media Group, Jakarta

\_\_\_\_\_, 2014, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana, Jakarta

Mulyana, Deddy, 2000, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung

Nurhadi, Zikri Fachrul, 2015, *Teori – Teori Komunikasi*, Gahlia Indonesia, Bogor

Nurudin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

\_\_\_\_\_, 2013, *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa*, Rajawali Pers, Jakarta

Rohim, H.Syaiful, *Teori Komunikasi Perspektif Ragam, & Aplikasi*, PT Rineka Cipta, Jakarta

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah, 2013, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Andi, Yogyakarta

Schiffman, Leon & Lazar Kanuk, 2007, *Perilaku Konsumen (edisi bahasa indonesia)*, PT. Indeks

Sugiyono . 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, Alfabeta, Jakarta.

Sunyoto, T, 2009, *Perilaku Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta

Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta

#### **Referensi Internet :**

<https://id.wikipedia.org/wiki/4G>

(di akses pada tanggal 15 februari 2017)

<https://id.techinasia.com/laporan-kinerja-finansial-xl-telkom-indosat-q3-2016>

(di akses pada tanggal 12 Februari 2017)

<https://www.xl.co.id/id>

(di akses pada tanggal 15 februari 2017)

<http://junaidichaniago.wordpress.com>

(di akses pada tanggal 13 juni 2017)

<http://rumushitung.com/2013/01/23/tabel-t-dan-caramenggunakannya/>.

(di akses pada tanggal 13 juni 2017)

**Referensi Jurnal :**

Istiyato, S.Bekti, (Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed) 2010, Wanita dalam Gambaran Iklan Televisi kita.

Setiawan, Fadhila. 2015 ‘Pengaruh Tayangan Iklan Pesawat Garuda Indonesia Versi “Strarring Martin Carter” Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Garuda. ‘Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Wijaya, Dani, Surya. 2013 ‘Pengaruh Terpaan Iklan TVC Terhadap Tingkat Motivasi Pembelian’ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya. Yogyakarta. (di akses pada tanggal 18 Februari 2017)

<http://e-journal.uajy.ac.id/4614/1/JURNAL.pdf>

