

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, S dan Sutanto, TE. 2015. *Statistika Tanpa Stress*. Transmedia Pustaka. Jakarta.
- Agus Eka, Pratama. 2014. *Sistem Informasi dan Implementasinya*. Informatika. Bandung.
- Alo Liliweri, M.S. 2003. *Dasar – Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Kencana. Jakarta.
- Ardianto, Komala, Karlinah. 2012. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi : Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Gus, Andri. 2012. *Strategi Pemasaran dan Efektivitas Periklanan dengan Metoda Komunikasi, Empati, Persuasi dan Dampak Pada Perusahaan PT. Bhineka Lestari Ltd. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. No. 2 vol. 3 Hal. 30 – 60. ISSN : 2086 – 5031*.
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah PR, Media, dan Periklanan*. Gagas Ulung Internasional. Jakarta.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar – Dasar Periklanan*. Fisip Untirta Press. Yogyakarta
- Juliandi, Azuar, Irfan, dan Saprinal Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS. Medan.
- Junaedi, Fajar. 2013. *Komunikasi Politik : Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*. Buku Litera. Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi 13*. Erlangga.

- Kotler, Philip and Keller K.L. 2012. *Marketing Management 13rd Edition*. Perason Parentice Hall, Inc. New Jersey.
- Lee, Monle dan Johnson Carla. 2004. *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Prenada Media. Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cetakan Pertama, Cakra Ilmu. Yogyakarta.
- Morianty, Sandra., Nancy Mitchell dan William Wells. 2009. *Advertising Seri Kedelapan*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi “Edisi Revisi”*. Kencana. Jakarta.
- Muharto dan Ambarita Arisandy. 2016. *Metode Penelitian Sistem Informasi*. Deepublish. Yogyakarta.
- Prisgunanto, Ilham. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Prisani Cendekia. Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi ke – 5 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Soegoto, Dr. Ir Eddy soeryanto. 2008. *Marketing Research ; The Smart Way To Solve A Problem*. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Stojković. 2013. *Advertising and Promotion on the Internet*. Economics and Organization Vol. 10 No.1. Serbia: University of Niš.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

## **Jurnal**

- Angga. 2006. *Pengukuran Efektifitas iklan televisi kartu seluler Prabayar simpati jitu dengan menggunakan EPIC Model (studi kasus pada mahasiswa S-1 Universitas Brawijaya)*.
- Ditya, Emanuel Daris. 2015. *Anteseden Efektivitas Iklan Pop-up di Media Sosial Youtube*.
- Girsang, Lasmery RM. 2017. *Pengukuran Efektivitas Iklan (Komparasi: Iklan Media Cetak Dan Iklan Media Online)*.

- Larasati, Ghea Radityo. 2013. *Perbandingan Efektivitas Iklan Subliminal Top Coffee Dan Indomie Cabe Ijo Menggunakan Epic Model di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*
- Nugraha, Diptanta Wahya Jati. 2013. *Youtube Salah Satu Bentuk Platform Baru Dalam Dunia Periklanan Di Indonesia*.
- Putri, Verantika Ayuning. 2017. *Pengaruh Iklan Televisi, Iklan Online dan Iklan Cetak Terhadap Kesadaran Merek (Studi Kasus Pada Pengunjung Minimarket Alfamart di Kadipiro, Surakarta)*.

#### **Internet (Website)**

- [https://id.wikipedia.org/wiki/Periklanan\\_di\\_televisi](https://id.wikipedia.org/wiki/Periklanan_di_televisi)
- <https://dailysocial.id/post/riset-nielsen-tunjukkan-pergeseran-penikmat-media-ke-ranah-online>
- <http://www.brightstars.co.id/blog/bagaimanakah-perkembangan-digital-media-advertising-indonesia-saat-ini/>
- <http://www.beritasatu.com/bisnis/476402-2017-belanja-iklan-sentuh-rp-145-triliun.html>
- <https://www.sekolahpendidikan.com/2017/12/youtube-beserta-pengertian-fitur-fitur.html>
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia)
- [PR](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shopee.id&hl=es)
- <http://p3i-pusat.com/?s=definisi+iklan>
- <https://support.google.com/partners>
- <https://inet.detik.com/business/d-3849107/jurus-jitu-shopee-hadapi-pasar-e-commerce-2018-yang-makin-panas>
- <https://www.youtube.com/yt/press/id/statistics.html>
- <https://inet.detik.com/business/d-3853086/pembeli-online-dari-anak-sma-meningkat-5-kali-lipat>
- <https://communicationista.wordpress.com/2009/07/01/fungsi-dan-peran-iklan/>