

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Ferdy, R., dan Sari, W. P. (2020). Pengaruh Iklan Billboard Gojek Versi #UninstallKhawatir Terhadap Brand Awareness. *Prologia*, 4(1), 106.
- Fortenberry, J. L., dan McGoldrick, P. J. (2020). Do Billboard Advertisements Drive Customer Retention? *Journal of Advertising Research*, 60(2), 135–147.
- Hanindharputri, Made Arini dan Putra, Maha Angga K. I. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand). Seminar Nasional Sandyakala, 2019
- Herdana, Auditya.(2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 ,No.1, 2015:1-18.*
- Khan, K., Karamatullah Hussainy, S., Khan, A., & Khan, H. (2016). Billboard advertising and customer attention: A pakistani perspective. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(3), 502.
- Melinda, S. (2017). Efektivitas Billboard dan Signboard sebagai Media Promosi Suroboyo Carnival Park Pendahuluan. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1), 1–12.
- Nyarko, I. K., Tsetse, E. K., & Avorgah, S. K. M. (2015). Asian Journal of Social Sciences Is Billboard Advertising an Effective Tool in The Marketing of Home Appliances? *Asian Journal of Social Sciences and Management Studies*, 2(3), 101–108.
- Pand, Y. R., & Gui, W. (2016). Influence of Advertisement Message on Fitbar Billboard Towards Brand Awareness and Its Implication to Brand Image. *Humaniora*, 7(1), 63.
- Product, B., & Mardhatillah, A. S. (2014). *Hubungan Pemasangan Iklan Billboard “ Terbalik ” Brand Lazada terhadap Minat Beli Produk.* 712–718.
- Ramayanti, Firda. 2019. Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 6, No. 2, 2019:78-83.*
- Wangarry, M. A., & Saidi, A. I. (2018). Pengaruh iklan media luar ruang pada ruang publik di Kota Jakarta Selatan.
- Wardi, L., & Kartikasari, D. (2017). Analisis Efektivitas Periklanan Kek Pisang

Villa Melalui Iklan Billboard Dan Videotron Dengan Menggunakan Epic Model.

#### Buku

- A. R, S., & Damaianti, V. S. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Remaja Rosdakarya.
- Apsari, I. (2009). *Gambaran Konsep Diri*. 7–29.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hermawan, K., & Kotler, P. (2010). *Marketing 3.0: Mulai Dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit*. Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. PT. Prehalindo.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas*. Erlangga.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (2007). *Advertising and Promotion Management*. McGraw Hill.
- Rahman, A. (2013). *Psikologi Sosial*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono. (2000). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Raja Grafindo Persada.
- Shimp, T. A., & Andrews, C. J. (2013). Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communication. In *Integrated Marketing communications*.
- Subana, M., & Sudrajat. (2005). *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Pustaka Setia.
- Subandy Ibrahim, I., & Bachruddin, A. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan (3rd ed.)*. Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.