

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- KN, A. M. (2018). *Produksi Program TV Non-Drama*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2011). *ADVERTISING Edisi Kedepalan*. Jakarta: KENCANA.
- Rangkuti, F. (2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Salim, H., & Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Jakarta: KENCANA.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sopannah, A. dkk. (2020). *Bunga Rampai Akuntansi Publik: Isu Kontemporer Akuntansi Publik*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

JURNAL:

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi di Era Internet. *ProTVF Universitas Padjadjaran*, 101-110 Volume 2, Nomor 1.
- Afandi, M. T. (2005). Efektivitas Program Promosi di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga. *Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya*, 1-8.
- Al-Amin, M. H. (2013). Analisis Pengaruh Kekuatan Iklan Mobil Honda di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 - 27.

- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera*, 55-66.
- Amirudin, F., Ramly, H. M., & Nujum, H. S. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Otoritas Bandar Udara Wilayah V Makassar. *Jurnal Tata Kelola*, 19-28.
- Faradiba, & Astuti, S. R. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1 - 11 Volume 2, Nomor 3.
- Febe, & Widyastuti, D. A. (2013). Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan di Jejaring Sosial terhadap Minat Beli pada Perempuan (Studi Eksplanatif Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan Zalora Indonesia di Facebook Fanpage terhadap Minat Beli pada Perempuan Dewasa Muda). *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1 -15.
- Haryanto, & Syamsir, N. I. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi dan Komunikasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Bagian PMK PT. Panata Jaya Mandiri - Tangerang. *Jurnal Penelitian, Pengembangan Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 2200-2231 Volume 20.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 19-28 Vol.5, No. 1.
- Indah, D. R., & Maulida, Z. (2017). Analisis Efektifitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A Mild di Kota Langsa). *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi*, 137-149 VOL. 1, NO. 2.
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*, 87-97 Vol.6 No.1.
- Octavianti, T. (2016). Efektivitas Iklan Televisi Bukalapak edisi “Gunakan Jarimu dan Jadilah Pahlawan di Bukalapak” pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, 1 - 12 VOL 4. NO.1.
- Robin, P. (2014). Analisis Produksi Program Fashion “ILOOK” di NET TV. *Jurnal Visi Komunikasi*, 121-136 Volume 13, No. 01.
- Saputra, A. W., Fourqoniah, F., & Hairunnisa. (2018). Pengaruh Iklan Traveloka di Televisi Terhadap Minat Beli Tiket Pesawat Komunitas Samarinda Backpacker. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 250-262.

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun LUX (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 1 - 15 Vol. 3, No. 1.

PENELITIAN ILMIAH:

Endriz, M. Y. (2020). *Survei Digital Consumer Insight Pada Grup Whatsapp Paslimo. Online Ditengah Pandemi Covid-19*. Jakarta: Univeritas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Khoiri, M. (2017). *Literasi Media Televisi di Kalangan Orang Tua di Padukuhan Sanggrahan, Condongcatur Depok, Sleman*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

Subari, F. A. (2012). Analisa Product Placement Dalam Sinetron Pada Jam Tayang Utama di Saluran Televisi Swasta Indonesia. *Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan*, 1-45.

WEBSITE/INTERNET:

Edra, R. (2019, Mei 17). *13 Juta Siswa Telah Menggunakan Ruangguru, Yuk Tengok Alasannya*. Retrieved from [blog.ruangguru.com: https://blog.ruangguru.com/mengapa-mereka-berlangganan-ruangguru](https://blog.ruangguru.com/mengapa-mereka-berlangganan-ruangguru)

Kho, B. (2020, Februari 22). *Pengertian Promosi dan Bauran Promosi dalam Pemasaran*. Retrieved from [ilmumanajemenindustri.com: https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-promosi-bauran-promosi-dalam-pemasaran/](https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-promosi-bauran-promosi-dalam-pemasaran/)

Nailufar, N. N. (2019, Agustus 24). *Siapa Masih Menonton Televisi? Angkat Tangan!* Retrieved from [Kompas.com: https://www.kompas.com/tren/read/2019/08/24/060000665/siapa-masih-menonton-televisi-angkat-tangan?page=all](https://www.kompas.com/tren/read/2019/08/24/060000665/siapa-masih-menonton-televisi-angkat-tangan?page=all)

Ruangguru. (2020, Januari 4). *Sambut Semester 2, Ruangguru Kenalkan Produk dan Ruangguru Squad Baru*. Retrieved from [blog.ruangguru.com: https://blog.ruangguru.com/sambut-semester-2-ruangguru-kenalkan-produk-dan-ruangguru-squad-baru](https://blog.ruangguru.com/sambut-semester-2-ruangguru-kenalkan-produk-dan-ruangguru-squad-baru)