

## DAFTAR PUSTAKA

- Rahmat, J2003, *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, 'Bandung.
- Alfiana, Juni. 2008. "*Analisis Aspek Kebahasaan Teks Hikayat Nawawi*". Yogyakarta: Jurusan Sastra Nusantara, Fakultas Ilmu Budaya.
- Morrisan 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina Prakarsa, Jakarta.
- Sarwono, S 2010, *Pengantar psikologi umum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, P & Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2012.
- Sugihartono 2007, *Psikologi Pendidikan*, UNY Press. 'Yogyakarta.
- Walgito, B 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. 'Yogyakarta.
- Abdul, RS 2009. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Kencana 'Jakarta.
- Rakhmat, J. 2010. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. 'Bandung.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT. alex Komputindo' Jakarta
- Iqbal, Mishabuddin, H. *Analisis Data Penelitian dengan Statisti edisi ke-2*. Bumi Aksara' Jakarta
- Riadai, Edi. 2016. *Statistika penelitian (analisis manual dan IBM SPSS)*. Andi Publisher' Jakarta
- Larensia, GA 2012, *Peran Persepsi Terhadap Tangline Merek Kosmetik Wardah "Inspiring Beauty" dalam Iklan Televisi pada Brand Awereness Konsumen*, diakses pada 21 September 2016.  
<http://e-journal.uajy.ac.id/7008/3/EM219236.pdf>

Surastapa, AS 2012, *Persepsi Khalayak Terhadap Tokoh Afika Dalam Iklan Tvc Oreo (Studi Deskriptif Mengenai Persepsi Khalayak terhadap Tokoh Afika Dalam Iklan TVC Oreo Versi Ice Cream Rasa Orange)*, diakses pada 29 September 2016.

<http://e-journal.uajy.ac.id/562/1/0KOM03353.pdf>

Fahima, L 2008. "*Perbedaan Tagline, Slogan Iklan dan Kredito*", diakses pada 21 September 2016.

<http://www.swa.co.id/sekunder/konsultasi/pemasaran/advertising>

Asri, GP 2012, *Persepsi dan Sikap Perokok Terhadap Inovasi Warna dan Gambar Peringatan Kesehatan (Studi Eksplorasi Desai Kemasan)*, diakses pada 25 September 2016.

<http://e-journal.uajy.ac.id/1031/1/0EM17215.pdf>

Priantinah, D 2012, *Persepsi Karyawan tentang Peran Auditor Internal sebagai Pengawas, Konsultan dan Katalisator dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di Hotel Inna Garuda Yogyakarta)* hlm: 1-40, diakses pada 5 Oktober 2016

<http://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/997/800>

Apriani, S 2015, *Persepsi Mahasiswi Tentang Iklan Kosmetik Wardah Exclusive Series Versi Dewi Sandra Di Televisi (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Mulawarman)* *Ilmu Komunikasi*, 3, (1) 2015 : 309-324, diakses pada 5 Oktober 2016  
ejournal.ilkom.fisip-unmul.org

Rahmawati, D 2011, *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)* diakses pada 1 November 2016  
digilib.uin-suka.ac.id/20145/2/11730043

Septiawan, A R 2015. *Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Founder @Tausiyahku\_)*. Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

#### **Internet:**

Journal of Computer-Mediated-Communication, Vol 13, Article 11, USA.  
[www.Celular.co.id/berita/bnews/2013/08/4911/instagram-aplikasi-jejaring-sosialfoto-terfavorit](http://www.Celular.co.id/berita/bnews/2013/08/4911/instagram-aplikasi-jejaring-sosialfoto-terfavorit). Diakses pada tanggal 2 November 2016.

Kasus Snack Bikini diakses pada 21 September 2016

<http://plus.kapanlagi.com/foto-heboh-mie-bikini-ajak-pembeli-untuk-remas-aku-8361c9.html>

Snack Bikini diakses pada 29 September 2016

<http://banjarmasin.tribunnews.com/2016/08/04/heboh-snack-kekinian-bikini-usung-tagline-remas-aku>)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada tanggal 1 November 2016

<http://reissyanna.blogspot.co.id/2012/03/pertumbuhan-dan-perkembangan-manusia.html> diakses pada 2 November 2016

