

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, H.M Burhan. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Harapan, Edi dan Syarwani Ahmad. 2014. *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetakan ke-6*. Jakarta : Kencana Renada Group.
- Morissan. 2014. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan ke-3*. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP.
- Pramesti, Getut. 2015. *Kupas Tuntas Data Penelitian Dengan SPSS 22*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : ALFABETA.
- Sumarwan, Ujang, Achmad Fachrodji, dkk. 2010. *Pemasaran Strategik Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor : IPB Pers.
- Wahyuni, Isti Nursih. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal:

Kefas, Aldi Hartono. 2016. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebriti Endorser Terhadap Kesadaran Merek dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Minuman dalam Kemasan (Studi Kasus Pada Iklan The Ichitan di Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Megadanu, Randi dan Mudji Rahardjo. 2012. *Analisis Pengaruh Brand Awareness Pada Iklan Provider Telekomunikasi Seluler Indonesia di Televisi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. Jurnal Fakultas Manajemen Universitas Diponegoro.

Puspita, Lily Andini. 2016. *Pengaruh Persepsi Celebrity Endorse dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Wardah Dikalangan Mahasiswi UIN Maliki Malang*. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Website:

<http://arenalte.com/berita/produk/warna-dan-brand-ambassador-baru-vivo-v5/> diakses pada tanggal 6 Februari 2017 pukul 19:20.

<https://paketblackberry.com/hp-saingan-vivo-v5/> diakses pada tanggal 28 Februari 2017 pukul 22:37.

<http://vivoglobal.id/produk/detail/v5> diakses pada tanggal 10 Mei 2017 pukul 10:30.

<http://blog.reservasi.com/kota-paling-narsis-di-indonesia/> diakses pada tanggal 11 Mei 2017 pukul 21:54.

<http://polimedia.ac.id/> diakses pada tanggal 9 Juni 2017 pukul 9:46.

<https://periklanan.polimedia.ac.id/> diakses pada 9 Juni 2017 pukul 20:32.

https://id.wikipedia.org/wiki/Pevita_Pearce diakses pada 12 Juli 2017 pukul 10:20.

<https://www.hitsss.com/tekuni-hippearce-dan-qeepo-pevita-pearce-eksplorasi-masa-muda-dengan-bisnis/> diakses pada 12 Juli 2017 pukul 10:37.