

Daftar Pustaka

Buku

- A. E. Sujianto. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta : PT. Prestasi Pustaka
- Ardianto & Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bungin dan Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Durianto, D. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli, Merek, Ekstensi*. Semarang
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Penelitian dan Laporan*. Malang: UMM Press.
- Kassali & Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kotler, P & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran: Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Liliweri dan Alo. (1992). *Dasar-dasar komunikasi periklanan*. DKI Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- P. Kotler, K. L. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United State of America: Pearson.
- Silalahi & Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar & Sofyan. (2017). *metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan spss*. Makassar: Perpustakaan Pusat Universitas Negeri Makassar.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Jakarta Barat: Perpustakaan Universitas Tarumanagara.

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT Andi.

Widyatama & Rendra. (2009). *Pengantar Periklanan*. Surabaya: Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Jurnal

Abi Raharjo. (2017). *Terpaan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Pada Perempuan (Studi Kuantitatif Pengaruh Terpaan Iklan Extra Joss Blend dengan menggunakan Celebrity Endorser pada Televisi terhadap Minat Beli Tim Futsal Perempuan di Kota Surakarta Tahun 2016)*. Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Bakhtiar Alfian. (2010). *Pengaruh Terpaan Iklan Spanduk Rokok Bintang Buana Terhadap Minat Beli (Pada Masyarakat Gateng, Dabag, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta)*. Fakultas Ilmu Social Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Debby Eka Sampitri. (2011). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Presepsi Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Blackberry di Kalangan Mahasiswa FISIP UPN Yogyakarta)*. FISIP UPN Yogyakarta.

Durianto, Darmadi dan C. Liana. (2004). *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 11, No. 1, pp.35-55

Jelly Cheaza. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Di Media Sosial Terhadap Minat Beli (Terpaan Iklan Tiket.Com Versi "Tim Tiket Investigasi Menemukan Jejak Raffi & Gigi" Di Youtube Terhadap Minat Beli Penduduk DKI Jakarta)*. Fakultas Komunikasi Dan Diplomasi Universitas Pertamina.

Putri Aulia Nurbaini. (2016). *Pengaruh Terpaan Iklan E-commerce Bukalapak di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Ridhwan Harleyandi Sudiby. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen Rokok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)*. Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta.
- Rizky Abdillah. (2017). *Pengaruh Terpaan Iklan Situs Bukalapak.com Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa UISU Medan)*. Universitas Islam Sumatera Utara.
- Teddy Maulana H S. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Tokopedia Terhadap Minat Beli Dikalangan Siswa Man 1 Majalengka*. Ilmu Komunikasi Universitas Majalengka.
- Tirta Lestari. (2015). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Agengn Tirtayasa Serang.
- Yuli Eka Wati. (2017). *Pengaruh Terpaan Iklan Mie Sedap Di Televisi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Sedap*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tadulako.

Publik Elektronik

AIO. (2020). *About Us*. 2020. <https://www.aio.co.id/about-us>

Pocari ID. (2019). *TVC Pocari Sweat – Bintang SMA*.
https://www.youtube.com/watch?v=DCfk7tc_KqE