

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. RajagrafindoPersada.
- Darmadi, D. (2004). *Brand Ekuity Ten*. Jakarta: Mitra Uta. Hal 44
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal 32
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lee, M., & Jhonson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lee, M., & Johnson, C. (2004). *Prinsip Prinsip Pokok Periklanan dalam perspektif Global*. Jakarta: PT. prenada media. Hal 3
- Morissan, M. (2010). *Periklanan*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2002). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja
- Sujarewni, W. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Unde, A. A. (2015). *Televisi & Masyarakat Pluralistik*.
- William I. G. (1978). *Communication : Personal and Public*. Sherman Oaks, CA, Alfred. Hal 28

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiolenologi*. Hal 11

Susilana & Rudi.. (2009). *Media Pembelajaran: Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian*. Bandung: CV Wacana Prima

## **B. Jurnal**

Burhanudin, R. (2017). *Pengaruh Iklan Traveloka Di Televisi Terhadap Minat Minat Beli Konsumen, Jurnal Manajemen, Ekonomi*. Di akses pada tanggal 26 April 2020 dari <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/797/762>

Mutoharoh, Siti. (2017). *Jurnal Ilmu Komunikasi. Pengaruh Promosi Produk Fashion Hijup.com Terhadap Minat Beli Hijaber Serang*. Di akses pada tanggal 26 April 2020 dari <http://repository.fisipuntirta.ac.id/1092/1/PENGARUH%20PROMOSI%20PRODUK%20FASHION%20%20HIJUP.COM%20TERHADAP%20MINAT%20BELI%20HIJABER%20SERANG%20-%20Copy.pdf>

Mastura, H. (2016). *Jurnal Ilmu Komunikasi. Pengaruh tayangan iklan Samsung galaxy terhadap minat beli mahasiswa fakultas syariah dan hukum jurusan ilmu hukum angkatan 2014 Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar*. Di akses pada tanggal 26 April 2020 dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4566/1/Hermi%20Mastura.pdf>

Lestari, T. (2015). Jurnal Ilmu Komunikasi. *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevation Terhadap Minat Beli Mahasiswa*. Di akses pada tanggal 26 April 2020 dari <http://repository.fisipuntirta.ac.id/537/1/Pengaruh%20Terpaan%20Iklan%20Televisi%20Elevation%20Terhadap%20Minat%20Beli%20Mahasiswa%20-%20Copy.pdf>

Tiarawati, Mawidha, F.C. (2016). Jurnal Manajemen, Ekonomi. *Pengaruh Iklan Melalui Media Televisi Dan WOM Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Unit Link*. Di akses pada tanggal 26 April 2020 dari <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/17445/15873>

### C. Website

Setiawan, Samhis. (2019). *Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. Di Akses pada tanggal 25 April 2020. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>

Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2019). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?*. Di akses pada Tanggal 7 Mei 2020.