

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dkk, 2007. *Komunikasi Massa*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Belch, George E. 2003. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Sixth Edition*. Mcgraw-Hill, New York.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 2013. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Hartiningsih. 2014. *Komunikasi Massa, Televisi, dan Tayangan Kekerasan Dalam Pendekatan Kasus*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1996. *Marketing*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing Management Millennium Edition*. Prentice Hall, US.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika, Jakarta.
- Moriarty, Sandra dkk. 2000. *Advertising: Principles and Pratices 5<sup>th</sup> ed*. Prentice Hall, US.
- Morissan, 2010. *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi Massa (Media, Budaya, dan Masyarakat)*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya. Dan Siosioteknologi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nugroho, 2010. *Perilaku Konsumen*, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT RajaGrafindo, Jakarta.

- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpada, Jilid I ( edisi 5)*. Erlangga, Jakarta.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suharitjo, Didik. 2014. *Pengantar Metodologi Penelitian*. IPB Press, Bogor.
- Surjaeni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. PT Pustaka Batu, Yogyakarta.
- Soemanagara. 2012. *Strategic Marketing Communication*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

### **Jurnal**

- Dessy Amelia Fristiana. 2012. *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ellyawati Kusuma Dewi. 2016. *Pengaruh Terpaan Iklan Instagram @Hijup.com Terhadap Sikap Followers Pada Merek Dan Iklan Dalam Keputusan Pembelian*. Vol. 3, No. 2, Oktober 2016. Universitas Padjadjaran, Sumedang.
- Ferdyanto Fure, dkk. 2016. *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado*. Vol.3 No.1 Maret 2015. Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Luh Rani Wijayanti . 2015. *Pengaruh Terpaan Iklan, Publisitas, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Garuda Indonesia*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Tiara Ayunandita, dkk. 2017. *Hubungan Terpaan Iklan Promosi Di Media Sosial (Facebook Dan Instagram) Dan Tingkat Kompetensi Komunikasi Ambassador Gen Y Dengan Minat Membeli Paket Data Produk Telkomsel*. Universitas Diponegoro, Semarang.

## Website

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3481323/5-negara-dengan-jumlah-pengguna-media-sosial-terbanyak-indonesia-berapa> (diakses Sabtu, 20 April 2019)

<http://www.tribunnews.com/techno/2018/08/04/sky-li-dirikan-realme-sasar-anak-muda-dengan-ponsel-berkonsep-power-meets-style> (diakses Sabtu, 20 April 2019)

<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS44826119> (diakses Kamis, 18 April 2019)

<https://www.viva.co.id/digital/digilife/1136805-realme-3-klaim-masih-rajai-penjualan-smartphone-di-lazada-maret-2019> (diakses Sabtu, 20 April 2019)

