

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agus Eko Sujianto. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka
- Ardianto, dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rektama Media. Bandung.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Baskoro, AP. 2008. *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Jefkins, Frank. 2009. *Periklanan*. Erlangga, Jakarta
- Kertamukti.R (2007). *Strategi kreatif dalam periklanan*: PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder*. PT Raja Grafindo. Jakarta
- Moriarty Sandra, Nancy Mitchell, William Wells. 2009. *Advertising, Principles & Practice (8th Edition)*. Pearson Education. USA
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Suhandang, Kustadi. 2016. *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan*. Penerbit Nuansa. Bandung
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung
- Zarrella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. PT. Serambi Ilmu Semesta. Jakarta

Jurnal

- Anggun Rezi Visilya. 2017. Pengaruh *Internet Advertising* Terhadap Sikap Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 47 No.1 Juni 2017. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1833> (diakses pada hari Jumat 27 oktober 2017)
- Djoevan Dacosta. 2017. Strategi Kreatif Iklan Dalam Pemanfaatan *Webseries* Studi Kasus *Axelerate: The Series Axe* Indonesia Oleh Makna *Creative*. *e-Proceeding of Management* : Vol.4, No.1 April 2017. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/information/id/117.html> (diakses pada hari Jumat 27 oktober 2017)
- Dhio Panji Pratama. 2013. Pengaruh Threat Emotions , Loyalitas merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene *Actifit*. *Journal of Social and Politic*. 2013, Hal. 1-10. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/> (diakses pada hari jumat 27 oktober 2017)
- Hadi Suprpto Arifin. 2012. Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Axis Versi “PAKE SEDIKIT DIJAMIN GRATISANNYA BANYAK” terhadap *BRAND AWARENESS* Di Kalangan Mahasiswa Bandung. Vol 1, No 1 (2012) <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1495/pdf> (diakses pada hari jumat 27 Oktober 2017)
- Nila Kasuma Dewi. 2012. Pengaruh iklan, citra merek, dan kepuasan Konsumen terhadap loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan *Vaseline Hand And Body Lotion* Di Kota Padang. Volume 3, Nomor 2, Mei 2012 <http://blog.ub.ac.id/dinaandri/files/2013/03/Jurnal-Manajemen-dan-Kewirausahaan.pdf> (diakses pada hari jumat 27 Oktober 2017)

Website

- <https://www.sumber.com/index.php/teknologi/berita-terkini-teknologi/sumber/indonesia-menjadi-jumlah-pengguna-internet-dan-media-sosial-aktif-terbanyak-di-asean.html> (diakses pada hari Kamis 26 oktober 2017)
- <http://tekno.kompas.com/read/2014/09/22/16033257/Tempat.Beriklan.yang.Efektif.Televisi.atau.Media.Sosial>. (diakses pada hari kamus 26 oktober 2017)
- <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/13/inilah-media-sosial-dengan-pengguna-aktif-terbesar-di-indonesia> (diakses pada hari kamis 26 oktober 2017)
- <http://setara.net/youtube-aplikasi-paling-populer-di-indonesia/> (diakses pada hari kamus 26 oktober 2017)