

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro dan Q-Anees, Bambang. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- , Komala, Lukiati, dan Karlinah, Siti. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis.
- Baskoro, AP. 2008. *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Batra, R., Myers, J.G., & Aaker, D.A. (2009). *Advertising Management 5th Edition*. India: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima.)* Semarang: Universitas Diponegoro
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Martono, Nanang. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Morissan. (2007). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Shimp, T.A., (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu) Jilid I, edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga
- Soemanagara. (2012). *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. (2016). *Periklanan: Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Sujianto, AE. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Suryadi, Didih. (2011). *Promosi Efektif “Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan”*. Jakarta: Suka Buku.
- Wardhani, Diah. (2008). *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal:

- Bangun, Bella Tania dan Saputri, Marheni Eka. (2016). *Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Zalora Indonesia, Vol.3, No.2*. Bandung: Universitas Telkom. Diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 18.27
- Elisa dan Firdaus, Yusnizal. (2015). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifebouy, Vol.13 No.3*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya. Diakses pada 11 Oktober 2017 pukul 09.05
- Febriana, Chalifah Nur, Kumadji, Srikandi, dan Mawardi, M. Kholid. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian, Vol. 25 No. 1*. Malang: Universitas Brawijaya. Diakses pada 07 Oktober 2017 pukul 17.26
- Kurnyawati, Melynda Dyah, Kumadji, Srikandi dan Yulianto, Edy. (2014). *Pengaruh Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian, Vol.16 No.1*. Malang: Universitas Brawijaya. Diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 21.27
- Kusumasari, Angelina Diah dan Supriono. (2017). *Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream, Vol. 49 No. 2*. Malang: Universitas Brawijaya. Diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 21.32
- Launa, L., Arifin, H. S., & Widyowati W. (2012). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Axis Versi “Pake Sedikit Dijamin Gratisannya Banyak” Terhadap Brand Awareness di Kalangan Mahasiswa Bandung*. Diakses pada 4 Januari 2018 dari <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/download/1495/pdf>
- Lugina, Anggara dan Azis, Elvira. (2015). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Roti Gempol, Vol.2, No.3*. Bandung: Universitas Telkom. Diakses pada 10 Oktober 2017 pukul 06.30

Megantara, I Made Toni dan Suryani, Alit. (2016). *Penentu Niat Pembelian Kembali Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com*, Vol. 5, No.9. Bali: Universitas Udayana. Diakses pada 29 Desember 2017 pukul 18.46

Poluan, Jane G, Lumintang, Genita G dan Untu, Victoria N. (2016). *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola*. Manado: Universitas Sam Ratulangi. Diakses pada 26 Oktober 2017 pukul 06.55

Sandra, Happy dan Haryanto, Jony Oktavian. (2010). *Pengaruh Iklan Heritage Terhadap Brand Awareness, Brand Trust, dan Intensi Pembelian*, Tahun 3, No. 3. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana. Diakses pada 14 Oktober 2017 pukul 11.53

Wicaksono, M.P.A., & Seminari, N.K. (2016). *Pengaruh Iklan dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*, Vol. 5, No.8. Bali: Universitas Udayana

Sumber Online:

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/BELANJA-IKLAN-TUMBUH-PERLAHAN.html> diakses pada 4 Oktober 2017 pukul 22.41

<https://www.youtube.com/watch?v=ggQ12ySHMEc> diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 17.16

www.similarweb.com diakses pada 9 Oktober 2017 pukul 19.38

www.smanragunan.com diakses pada 27 Oktober 2017 pukul 19.23

<http://www.smanragunan.com/profil/sejarah> diakses pada 3 Januari 2018 pukul 20.45

<http://exertusmarketing.com/showcase/everteam> diakses pada 23 Oktober pukul 11.26

<https://blog.traveloka.com/berita/traveloka-com-official-logo-resmi/> diakses pada 3 Januari 2018 pukul 19.31

<https://repository.unja.ac.id/209/1/tabel-t.pdf>. diakses pada 3 Januari 2018 pukul 13.25