

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Ardianto. E & Erdinaya, L.K. (2008). “*Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*”. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Trend an Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Baskoro, A.P. 2008. *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Bungin, B. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Dantes, N. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Ferrinadewi, E. 2008. *Merek & psikologi konsumen*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Irianto, H. Agus.2008. *Statistik Konsep Dasar Dan Aplikasinya*.Jakarta.Prenada Media Group
- Jaiz, M. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Kotler, P and Keller, K.L, 2012. *Marketing Management 14 Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kertajaya, H. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Group
- Martono, N. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Machfoedz, 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu (Imprint GelasSemesta Alam), Yogyakarta.
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori Dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Narimawati, U.2008. *Teknik Sampling: Teori dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15*. Yogyakarta . Gava Media
- Ruslan, R. 2010. *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sarwono, J dan K Prihartono, A.H. 2012. *Perdagangan Online : Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Severin, W.J. dan James W.T. (2009). “*Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*”. Dialihbahasakan Sugeng Hariyanto. Kencana. Jakarta

- Shimp, T.A. 2007. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication, 7th Edition*. United States of America: Thomson.
- Semma, M. 2008. *Negara dan Korupsi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Sibero, A.F.K. 2011. *Kitab Suci Web Programming*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sujarweni, V.W. 2014. *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami)*. Yogyakarta . Pustakabarupress
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung
- Sujianto, AE. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta.
- Suhandang, K. 2016. *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan*. Penerbit Nuansa. Bandung

Jurnal

- Prayogo, A.Z. 2014. Hubungan Terpaan Iklan pada Youtube dan Informasi pada Roadshow Gerakan Nasional Non Tunai oleh Bank Indonesia dengan Awareness Mahasiswa dalam Penggunaan Uang Elektronik. Diakses oleh (<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/index/oai>)
- Shaleh, T. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Natural Indigo Dyed Diakses oleh (<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/index/oai>)
- Dewi, K.N. 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. Diakses oleh (<http://blog.ub.ac.id/dinaandri/files/2013/03/Jurnal-Manajemen-dan-Kewirausahaan.pdf>)
- Tirtayasa, A.S. 2012. Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevation Terhadap Minat Beli. Diakses oleh (<http://repository.fisip-untirta.ac.id/537/>)

Website

<https://www.eurekapendidikan.com/2014/12/hipotesis-penelitian.html>

https://www.kompasiana.com/shellashe/mengenal-new-media-di-era-teknologi_58a54169a123bd1e3ab352f9 (diakses pada tanggal 29 januari 2018)

<https://support.spotify.com/id/article/what-is-spotify/> (diakses pada tanggal 29 januari 2018)

<http://www.jurnalrozak.web.id/2015/05/memahami-terpaan-media-media-exposure.html> (diakses pada tanggal 25 may 2018)

<https://www.jatikom.com/2013/09/tips-komputer-sejarah-internet.html> (diakses pada tanggal 25 may 2018)

<https://www.radioidola.com/2015/bagaimana-menciptakan-brand-awareness/> (diakses pada tanggal 25 may 2018)

<https://uai.ac.id/> (diakses pada tanggal 25 may 2018)

http://prima.lecturer.pens.ac.id/Pasca/tabel_r.pdf

