

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarita, Arisandy & Muharto. 2016. *Metode penelitian sistem informasi mengatasi kesulitan mahasiswa dalam menyusun proposal penelitian*. Yogyakarta: Deepublish
- Andri, Gus. 2012. “Strategi Pemasaran dan Efektivitas Periklanan dengan menggunakan Metoda Komunikasi, Empati, Persuasi dan Dampak pada Perusahaan PT.Bhineka Lestari LTD” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.3 No. 2. ([journal.unitas-pdg.ac.id/downloadfile.php?Gus%20Andri%20](http://journal.unitas-pdg.ac.id/downloadfile.php?Gus%20Andri%20))
- Anita. 2016. *Analisis Makna Pesan dan Citra Wanita Muslimah dalam Iklan Sampo Rejoice dan Sunsilk*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (<http://eprints.walisongo.ac.id/6460/>)
- Ardiansyah & Arifin. 2015. “Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan (survey terhadap iklan Honda versi Band Nidji “ONE HEART””. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.23 No.2. (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/13>)
- Asrori dan Ali. 2009. *Psikologi Remaja (perkembangan peserta didik)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Trend an Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers: Jakarta
- Hamdi, Asep Saepul. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish
- Hanes, Wendell. 2010. *The 30-30 Career: making 30 grand in 30 seconds vol.4*. USA: AuthorHouse
- Izza et al. 2014. *Analisa Efektivitas Jingle dan Tagline dalam meningkatkan Brand Awareness Konsumen*. Proposal Riset. Universitas Indonesia ([https://www.academia.edu/12435947/Analisa\\_Efektivitas\\_Jingle\\_dan\\_Tagline\\_terhadap\\_Brand\\_Awareness\\_Produk](https://www.academia.edu/12435947/Analisa_Efektivitas_Jingle_dan_Tagline_terhadap_Brand_Awareness_Produk))
- Jaiz, Muhammad.2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Johnson, Carla & Lee. 2011. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Juliandi & Irfan, 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: Umsu Press
- Kotler, Philip. 2011. *Marketing Insight from A to Z: 80 Konsep yang harus dipahami setiap manajer*. Jakarta: Erlangga: 2011
- Lorre, Anaelle. 2017. *Sensory Marketing: The Effect of Music on Consumer Perception and Behavior*. Thesis. Helsinki Metropolia University (<https://www.theseus.fi/handle/10024/133735>)
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Ninik & Hasiholan. 2015. “Pengaruh Jingle Iklan, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario di PT. Zirang Honda Semarang”. *Journal of management* Vol.1 No 1 (<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/270>)

- Nirmala & Prasodjo. 2014. "Analisis Pengaruh Dimensi Jingle Iklan Sepeda Motor Honda Beat Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian di Wilayah Perkotaan Jember". *E-journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* Vol. 1 (<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/article/view/557>)
- Nirmala, ayunda. 2013. *Analisis Pengaruh Dimensi Jingle Iklan Sepeda Motor Honda Beat Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian di Wilayah Perkotaan Jember*. Skripsi. Univeristas Jember (<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/article/view/557>)
- Nisfiannoor, Muhammad. 2009. *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba, Humanika.
- Noviani, Felicia. 2013."Efektivitas Iklan Midtown Hotel Surabaya di Harian Jawa Pos". *Jurnal e-komunikasi*. Vol I. no.2 (<http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/906>)
- Nurrahmawati. 2002. "Pengaruh "Jingle" Iklan Teh Botol Sosro di RCTI terhadap Pengingatan Merek Barang pada Pemirsa Remaja Pelajar SMUN Bandung". *Mediator* Vol.3 No. 1. (<http://www.ingentaconnect.com/content/doi/14115883/2002/00000003/00000001/art00011>)
- Pratama, Rizky. 2014. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, dan Harga terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia*. Skripsi. Universitas Diponegoro (<http://eprints.undip.ac.id/43080/>)
- Prisgunanto, Ilham. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV. Prisani Cendekia.
- Royan, M Frans. 2005. *Market Intellegence: Mengaplikasikan Spionase pada Pemasaran Masa Kini*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- S, Christianus. 2010. *Seni Belajar Kilat SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI & ELCOM
- Sari, Nia. 2015. *Pengolahan dan Analisa Data Statistika dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish
- Semma, Mansyur. 2008. *Negara dan Korupsi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Soegoto, eddy Suryanto. 2008. *Marketing Research The Smart Way To Solve A Problem*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Soemanagara, Rd. 2012. *Strategic Marketing Communication konsep strategis dan terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sutanto, Taufik Edy & Abdullah. 2015. *Statiska Tanpa Stres*. Jakarta: TransMedia
- Turner & Richard West. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3 Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba, Humanika.
- Widahyanti, Eni. 2016. *Faktor-Faktor yang Menyebabkan Kurangnya Minat Menggunakan Jilbab pada Remaja Desa Margoyoso Sumberejo Tanggamus*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung (<http://repository.radenintan.ac.id/367/>)

**Online:**

“ads@work”.Nielsen.[http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen/en\\_us/documents/pdf/Fact%20Sheets/Nielsen%20ads@work%20brochure.pdf](http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen/en_us/documents/pdf/Fact%20Sheets/Nielsen%20ads@work%20brochure.pdf) (diakses 7 Oktober 2017)s

“Apakah Brand anda sudah “menempel” di Benak para Konsumen?”. Fortuneindo.com.

<http://fortuneindo.com/read/blog/apakah-brand-anda-sudah-berhasil-menempel-di-benak-para-konsumen/> (diakses 5 Oktober 2017)

“Joox Klaim jadi Aplikasi Musik Nomer Satu di Indonesia”. Viva.co.id.

<http://www.viva.co.id/digital/startup/854231-joox-klaim-jadi-aplikasi-musik-nomor-satu-di-indonesia> (diakses 10 Oktober 2017)

“Kuasai Indonesia, Pengguna Joox Dominan Anak Muda”. detikInet.  
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3359017/kuasai-indonesia-pengguna-joox-dominan-anak-muda> (diakses 10 Oktober 2017)

“Tetap Cool di Balik Hijab Bareng Rejoice & Fatin”. Dream.co.id.

<https://www.dream.co.id/fresh/hijabisa-tetap-cool-di-balik-hijab-bareng-rejoice-fatin-170807s.html> (diakses 7 Oktober 2017)

“Pasar Muslim Indonesia yang Menggiurkan”. Marketing.co.id.  
<http://www.marketing.co.id/pasar-muslim-indonesia-yang-menggiurkan/> (diakses 7 Oktober 2017)

“Setahun beroperasi di Indonesia, Bagaimana Peluang Joox di Ranah *Streaming* Musik?”. id.techinasia.com  
<https://id.techinasia.com/peluang-joox-di-ranah-streaming-lepas-setahun-beroperasi-di-indonesia> (diakses 10 Oktober 2017)

“Website p&g Indonesia” [https://www.pg.com/id\\_ID/company/our\\_heritage.shtml](https://www.pg.com/id_ID/company/our_heritage.shtml) (diakses 22 Februari 2018)

“3 Masalah Rambut Yang Sering Dialami Pengguna Hijab”. Mother dan Baby Indonesia.  
<https://www.motherandbaby.co.id/article/2017/8/1/8441/3-Masalah-Rambut-Yang-Sering-Dialami-Pengguna-Hijab> (diakses 7 Oktober 2017)