

DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi:

- Addurrahman, N. H.; dan Sanusi, Achmad. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV. PUSTAKA SETIA
- Cangara, Dr. H. Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Effendi, Sofian dan Tukiran. 2015. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kennedy, John E. dan Soemanagara, R. Dermawan. 2006. *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Morissan, M. A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasrullah, Rully. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertising Petunjuk Teknis Mempersiapkan Iklan Cetak dan Elektronik dengan Efisien*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soemanagara. 2012. *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.

- Subana, H.M dan Sudrajat. 2001. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2016. *Periklanan Manajemen, Kiat dan Strategi*. Jakarta: Nuansa Cendekia.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran Edisi-4: Distribusi, Pelanggan, Pasar, Branding, Produk, Harga*. Yogyakarta: ANDI.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

Jurnal:

- Anggara, Fakhri, Berto Mulia Wibawa, dkk. 2016. *Analisis Strategi Positioning Merek Berdasarkan Preferensi, Persepsi, dan Kepuasan Konsumen Produk Pertamina Lubricants*. Jurnal Teknik ITS, 5(2), A866-A872.
- Girsang, Launa Meily. 2016. *Brand Positioning Dan Minat Beli (Studi Korelasional Pengaruh Iklan Brand Positioning AXE Apollo Di RCTI Terhadap Minat Beli Mahasiswa FISIP USU)*. FLOW, volume 2, No.17, 1-10.
- Moon, Jang Ho. 2014. *The Impact of Video Quality and Image Size on the Effectiveness of Online Video Advertising on YouTube*. International Journal of Contents, 10(4).
- Riyantoro, Bagus dan Ati Harmoni. 2013. "Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih". Prosiding PESAT. Vol. 5 Oktober, E-256 – E-263.
- Sianipar, Aritas Puica. 2015. "Pemanfaatan Youtube Di Kalangan Mahasiswa (Studi Penggunaan Youtube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan Uses and Gratification)". FLOW volume 2, No. 3, 1-10.
- Sufa, Faela dan Bambang Munas. 2012. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi

Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di Sekitar Kampus Undip, Tembalang)". *Diponegoro Journal Of Management* 1.4, 226-233.

Visilya, Anggun Rezi dan Rizki Yudhi Dewantara. 2017. "*Pengaruh Internet Advertising Terhadap Sikap Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Bisnis Angkatan 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Media Sosial YouTube)*". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(1), 189-195.

Skripsi:

Ardhianto, Benny Indra. 2014. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Interaktif di Media Sosial Youtube. Doctoral dissertation*, Universitas Gadjah Mada.

Mayangsari, Amy Amelia. 2016. *Analisis Simbol Budaya Kontemporer Pada Iklan (Studi Semiotika pada Iklan Ice Cream Magnum)*.

Muhammad, Fachri. 2016. *Pengaruh Brand Positioning Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti "Unyil" Venus*.

Niki Purwosembodo. 2014. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Magnum Wall's*.

Web:

(http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/599/jbptunikompp-gdl-nurulsucia-29906-8-unikom_n-i.pdf) diakses oleh penulis pada hari Minggu, 29 Oktober 2017 pukul 22.25 WIB.

([http://eprints.uny.ac.id/13602/3/BAB %20III.pdf](http://eprints.uny.ac.id/13602/3/BAB%20III.pdf)) diakses oleh penulis pada hari Senin, 30 Oktober 2017 pukul 23.00 WIB.

(<http://tekno.kompas.com/read/2015/10/20/17315317/Indonesia.Penonton.Youtube.Terbesar.se-Asia.Pasifik>) diakses oleh penulis pada hari Minggu, 8 Oktober 2017 pukul 00.36 WIB.

(http://www.topbrandaward.com/topbrandsurvey/surveyresult/top_brand_index_2017_fase_2) diakses oleh penulis pada hari Sabtu, 23 Desember 2017 pukul 13.05 WIB.

([http://www.idmarketlab.com/article/ display/digital.php](http://www.idmarketlab.com/article/display/digital.php)) diakses oleh penulis pada hari Senin, 15 Januari 2018 pukul 11.50 WIB



