

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Dr. H. Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Raja grafindoPersada.
- Durianto, Darmadi, SugiartodanBudiman Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Effendy, OnongUchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Effendy, OnongUchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*, Bandung, Rosda.
- Ferrinadewi,Erna.2008.*Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universita Diponegoro.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, Alih Bahasa Benyamin Molan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas, Jilid 1. PT Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetakan ke-6*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. RajawaliPers
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya GrafindoPersada.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.

- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media
- Rangkuti, Freddy, 2008. *The Power Of Brands*. Cetakan Ketiga, Jakarta, Gramedia PustakaUtama.
- Sadat, Andi. 2009. *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, Etta Mamang., sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Subana, H.M dan Sudrajat. 2001. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan YudiSutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PustakaBaru Press.
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Andi:

Yogyakarta

Widyatama, Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. Pustaka book Publisher, Yogyakarta.

Yusuf, AMuri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada media Group

Jurnal :

AndriyantodanHaryanto. 2010. “*Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word Of Mouth dan Brand Awareness untuk munculnya Intention to Buy*”.

Dityani, Alda, Kusumadewi, Ni Made, Suryani, Alit. “*Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Brand Awareness Terhadap Brand Attitude*”. Universitas Udayana, Bali. 1-14.

Hartiningtyas. Adan Assegaf. M. 2010. Jurnal. “*Pengaruh Brand Awareness, Brand Assosiation dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek 4-Tak Merek Honda (Studi Kasus di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal)*”.

Gunawan, Fitri Anggraini, Dharmayanti, Diah. 2014. “*Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*”, Vol.2, No.1-14.

Indiarto, Fidelis. 2006. Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. 5. No. 3. Pp.243-268.

Skripsi

Muharam, Ashari Satrio. 2011. “*Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen*”. Universitas Diponegoro.

Winarsih, Brigita Tri. 2016. “*Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Tokopedia Terhadap Brand Awareness*”. Universitas Sanata Dharama Yogyakarta.

Yuni, Rahma. *“Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness) Shampoo Sunsilk Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang”*.
Universitas Negeri Padang.

Website :

<https://www.klikmania.net/perkembangan-teknologi-tahun-2017/>

(diakses pada 10 Februari 2018)

<https://tirto.id/riset-nielsen-iklan-yang-menyusup-di-program-tv-makin-banyak-cAvd>

(diakses pada 28 Maret 2018)

<http://tekno.liputan6.com/read/2578359/aplikasi-video-call-google-duo-resmi-hadir-di-indonesia>

(diakses pada 19 Maret 2018)

<https://www.it-jurnal.com/google-duo-aplikasi-video-call-dari-google/>

(diakses pada 22 Februari 2018)

http://a-research.upi.edu/operator/upload/s_geo_0700307_chapter3.pdf

(diakses pada 17 Maret 2018)

<https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwizmpTVlunYAhUIvI8KHbyqCHYQFghjMAY&url=http%3A%2F%2Fjournal.unj.ac.id%2Funj%2Findex.php%2Fjrmsi%2Farticle%2Fdownload%2F771%2F680&usq=AOvVaw05iPDUYyYxmOmFKfKNZzgA>

(diakses pada 26 Maret 2018)

<https://rumushitung.com/diaksesmaret>

(diakses pada 10 Maret 2018)

<http://www.teknotomotif.com/2017/06/google-duo-aplikasi-video-call-baru-gratis.html>

(diakses pada 12 Juli 2018)