

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Daryanto. 2014. *Teori Komunikasi*. Malang: Penerbit Gunung Samudera.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton WW, Hendrawan S. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2000. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins. 1997. *Periklanan Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Penerbit Kencana.
- Simamora, Henry. 2006. *Pengambilan Keputusan Bisnis Jilid II*. Depok: Raja Grafindo Perkasa.
- Siregar, Sofyan. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Shimp, Terence A. 2008. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi ke-8*. Jakarta: Salemba Kompas.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Jakarta: Alfabeta.

Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Liberty

Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta : Liberty.

Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Penerbit Simbiosis.

Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Skripsi

Hermiyanti, Kartika. 2014. *Pengaruh Pesan Kampanye Against Animal Testing Terhadap Brand Image Produk The Body Shop*. Jakarta: Universitas Paramadina.

Susandi. 2007. *Pengaruh Publik Figur, Pesan Iklan di Televisi, Desain Kemasan, dan Kualitas Produk Terhadap Brand Image (Studi Kasus Terhadap Produk Lux)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Syarif, Handi Ahmad. 2016. *Pengaruh Kualitas Pesan, Daya Tarik, Frekuensi Penayangan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Indomie*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Setiawati, Luluk. 2007. *Pengaruh Frekuensi Menyaksikan Iklan Kecantikan Produk Pemutih di Televisi Terhadap Loyalitas Pemakaian Produk Pemutih POND'S*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Jurnal

Kusumaningtyas, Fitria, Suharyono, Sunarti. 2014. *Pengaruh Pesan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Terhadap Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2010/2011 yang Mengonsumsi Es Krim Magnum)* *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.13*. Malang: Universitas Brawijaya.

Musey, Fransisca Paramitasari. 2013. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Malang: Universitas Brawijaya.

Suryani, Wahidah. 2012. *Dakwah dan Fenomena Wanita dalam Iklan Televisi Vol.13, No.1*. Gorontalo: IAIN Gorontalo.

Wahdiniwaty, Rahma. 2012. *Forum Bisnis dan Keuangan: Pengaruh Pesan Iklan Terhadap Sikap Mahasiswa Angkatan 2007/2008 Dalam Memutuskan Mengikuti Pendidikan di PTS UNIKOM Bandung*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Wijaya, Bambang Gunawan. 2013. *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication Vol 5, No.31*. Jakarta: Bakrie Univesity.

Website

<https://tirto.id/pesan-terselubung-dalam-iklan-tanpa-editan-cr4D>

<https://tirto.id/belajar-mencintai-tubuh-sendiri-itu-seksi-cmkl>

<https://dove.com>



