

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Belch, G.E & M. Belch. (2007). *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: International Edition. McGraw Hill/Irwin.
- Bertens, K. (2013). *Etika*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Kanisius.
- Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*: PT. Remaja Rosdakarya
- Engel, J.F. et.al., (1994), *Consumer Behavior*, Jilid 1, Alih Bahasa Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara. Jakarta: Erlangga.
- Etika pariwisata Indonesia, (2014). Dewan Periklanan Indonesia
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasali, Renald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasiannya di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat, (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetakan ke-6*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri Alo, (1992). *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, Bandung: Cipta Aditya Bhakti.
- Mowen, J.C. dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*, Jilid I. Jakarta: Erlangga,
- Morissan, (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Mufid, Muhamad. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada.

Rumanti. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan praktik*. Jakarta:  
Assumpta Maria.



- Schiffman dan Kanuk. (2000). *Perilaku Konsumen*. (edisi 8). Jakarta: Prentice Hall.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. (2010). *Perilanan Manajemen, Kiat, dan Strategi*, Bandung: Nuansa.
- Sujarweni, V. Wiratma.2014. *Metodologi Penelitian* . Yogyakarta. PT. Pustaka Baru.
- Suprpto, Tommy. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Caps.
- Suseno, Franz Magnis. (1997). *13 Pendekatan Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sumarwan. (2003). *Keluarga Masa Depan dan Perubahan Pola Konsumsi*. Jakarta: Warta Demografi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Jurnal :

- Taufik, Fikry akbar. (2013). “*Analisis pengaruh etika iklan dan visualisasi iklan terhadap persepsi konsumen atas iklan-iklan deterjen di televisi*”. Universitas Indonesia. [diakses pada tanggal 10 September 2018 pukul 11.26 WIB]

<http://eprints.undip.ac.id/39643/>

- Monica Silviana Dapu, Kawengian Debby D.V., Waleleng Grace. (2015). “*Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Aqua Botol Tanpa Segel Plastic*”. Universitas Diponogoro. [diakses pada tanggal 10 September 2018 pukul 22.56 WIB]

<https://media.neliti.com/media/publications/94096-ID-persepsi-khalayak-terhadap-iklan-aqua-bo.pdf>

Gultom Vera Kasia Dewanty, Sipayun Friska. (2012). “*Etika Periklanan Kartu XL dan Persepsi Konsumen*”. Universitas Mulawarman. [diakses pada tanggal 11 September pukul 15.34 WIB]

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/43517/vera%20friska.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Khoirunnisa, Nurlatifa. (2018). “*Sikap terhadap pelanggaran etika pariwisata pada iklan lux versi “floral fusion oil”*” [diakses pada tanggal 3 September 2018 pukul 20:10 WIB]

<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/20276v>

Carolina, Ester Krisnawati. (2013). “*Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Axe Bidadari Indonesia Serta Faktor Yang Mempengaruhinya*” [diakses pada tanggal 3 September 2018 pukul 20:10 WIB]

<http://repository.uksw.edu>

Online :

<https://belajarpsikologi.com/pengertian-tata-krama/>

(diakses pada tanggal 20 Januari 2019 pukul 07.14 WIB)

<http://www.eciputra.com/berita-5548-inilah-sejarah-kesuksesan-bisnis-bintang-toedjoe.html>

(diakses pada tanggal 20 Desember 2018 pukul 16.14 WIB)

<https://id.linkedin.com/company/pt-bintang-toedjoe>

(diakses pada tanggal 20 Januari 2018 pukul 21.14 WIB)

<https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2018/Pertumbuhan-Belanja-Iklan-2017-Bergerak-Positif-Namun-Melambat.print.html>

(diakses pada tanggal 26 Agustus 2018 pukul 10.50 WIB)

<https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia.html>

(diakses pada tanggal 26 Agustus 2018 pukul 10.54 WIB)

