

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Aan, MS. 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ardianto, E. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama
- Baskin, A. 2006, *Jurnalistik Televisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Baskoro, AP. 2008. *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Djatnika, Tjetjep. 2007. *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Dengan Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Mardalis 2010, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Prasetyo, Bambang. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori komunikasi: Perspektif, Ragam & Aplikasi*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA
- Setiadi, NJ 2010, *Perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Soemanagara, R. Dermawan. 2008. *Marketing Communication: Teknik dan Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ALFABETA

Suhandang, Kustadi. 2010. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: PT Nuansa

B. Jurnal dan Website

Arfianto, W 2010, *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Pada Media Televisi*, Universitas Diponegoro, Semarang

http://eprints.undip.ac.id/22677/1/PDF_SKRIPSI.pdf

creasoft.wordpress.com/2010/03/18/konsep-minat/

<http://OLX.co.id/about-us/>

<http://OLX.co.id/blog/olx-mengajak-upgrade-hidup/>

Mahmudoh, S 2011, *Pengaruh Terpaan Iklan di Televisi Terhadap Kesadaran Merk*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

<http://repository.fisip-untirta.ac.id/169/>

Suprpto, T 2009, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, MedPress, Yogyakarta

http://books.google.co.id/books?id=xtHs4pLWdqAC&pg=PR2&1pg=PP1&focus=viewport&hl=&id=&output=html_text

Di akses pada 14 April 2016

Suyanto, M 2006, *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*, ANDI OFFSET, Yogyakarta

[https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=PZ7-](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=PZ7-2huUsC&oi=fnd&pg=PR7&dq=perancangan+iklan+televisi&ots=whi2Qv1WgL&sig=BMHh6xRgXe6oh3sPGJcmPcENna4#v=onepage&q=perancangan%20iklan%20televisi&f=false)

[2huUsC&oi=fnd&pg=PR7&dq=perancangan+iklan+televisi&ots=whi2Qv1WgL&sig=BMHh6xRgXe6oh3sPGJcmPcENna4#v=onepage&q=perancangan%20iklan%20televisi&f=false](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=PZ7-2huUsC&oi=fnd&pg=PR7&dq=perancangan+iklan+televisi&ots=whi2Qv1WgL&sig=BMHh6xRgXe6oh3sPGJcmPcENna4#v=onepage&q=perancangan%20iklan%20televisi&f=false)