

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Reckatama Media.
- Baskoro, A.P. (2008). *Analisis hubungan terpaan iklan*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Burton. (2007). *Membincangkan televisi sebuah pengantar kepada studi televisi*. Yogyakarta & Bandung: Percetakan Jalasutra.
- Effendi. (1992). *Ilmu komunikasi:teori dan praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendi. (2008). *Dinamika komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Eksistensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Howard. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*. New Jersey : Prentice Hall.
- Jaiz. (2014). *Dasar-dasar periklanan*. Yogyakarta : Ruko Jambusar.
- Kasali, R. (1992). *Management periklanan konsep dan aplikasinya di indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran-analisis,perencanaan,implementasi dan kontrol*. Jakarta : Prenhalinndo.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Indonesia : Analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian*. Terjemahan oleh A.B Susanto. Jakarta : Buku satu salemba empat.
- Kriyantono. (2012). *Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif : Analisis isi dan analisis data sekunder*. Jakarta : Pt RajaGrafindo Persada.
- McQuail. (1994). *Fungsi media*. Jakarta : Erlangga.
- Moriarty, S. (2011). *Advertising*. (Edisi ke-8). Jakarta.
- Morissan. (2007). *Periklanan dan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakasa.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Shimp. (2003). *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi terpadu*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit CV Alfabeta.
- Sujawerni, V.W. (2014). *Metodologi penelitian : Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustakabarupress

Jurnal

- Ahmanara, D. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Pop Up di Aplikasi Spotify Non Premium terhadap Brand Awareness. Survei pada mahasiswa/i fakultas ekonomi di universitas al-azhar jakarta indonesia*. 8-9.
- Faza, M. A. (2018). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap minat beli melalui citra merek. Studi pada smarphone xiaomi di kota yogyakarta*. 9-11.
- Tanca, J.T. & Lestari, S. B. (2018). *Pengaruh terpaan iklan shopee di televisi dan interaksi reference group*. 13-16.

- Rosa, A. R. (2018). *Pengaruh iklan di televisi (brand awareness dan brand attitude). Vivo smartphone dan tingkat kepercayaan tentang informasi vivo smartphone dan peer group terhadap keputusan pembelian produk vivo smartphone*. 17-22.
- Elsa & Firdaus, Y. (2015). *Pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sabun lifebouy*. 10-11

Website

- Canalys. (2019). *Samsung leads in Indonesian smartphones as market surges ahead to close 2019 up 17.1%*. Diakses dari <https://canalys.com/freereport/latest-free-report?id=15192>
- Anindyati, H. (2017). *Vivo menjadi sponsor resmi piala dunia FIFA 2018 dan 2022*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/2974357/vivo-menjadi-sponsor-resmi-piala-dunia-fifa-2018-dan-2022>