

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Anggito, A., & Setiawan, O. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Packaging, An integrated Marketing Communications Perspective*.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2004). *Integrated advertising, promotion & marketing communications*.  
[https://openlibrary.org/books/OL3683564M/Integrated\\_advertising\\_promotion\\_marketing\\_communications](https://openlibrary.org/books/OL3683564M/Integrated_advertising_promotion_marketing_communications)
- Eriyanto. (2006). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (N. H. S.A (ed.); cetakan 5). LKiS.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*. Universitas Brawijaya Press.
- Morrisan, M. . (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Nurfebriaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Deepublish.
- Pelsmacker, P. De, Geuens, M., & Bergh, J. Van den. (2018). *Marketing Communications. A European Perspective (5th Edition)*.
- Sari, W. P., & (Ed.), L. I. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi, edisi 5, jilid 1*. Erlangga.

- Sobur, A. (2018). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis "Framing."* PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis.* Diandra Kreatif.
- Thurlow, C., Lengel, Laura, & Tomic, Alice. (2004). *Computer Mediated Communication.* SAGE
- Udasmoro, W. (2018). *Dari Doing ke Undoing Gender: Teori Dan Praktik Dalam Kajian Feminisme* (W. Udasmoro (ed.)). UGM PRESS.

## **JURNAL**

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2015). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 43(1), 1–16.
- Agustina, (Dini), Najib, (Mukhamad), & Suharjo, (Budi). (2016). Pengaruh Personalisasi Iklan Online Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3), 155115.
- Limbong, E. G., & Winarni, R. W. (2017). Daya Tarik Emosional dalam Iklan Coca Cola Versi "Rayakan Namamu" sebagai Kampanye Anti-Bullying. *Jurnal Desain*, 4(03), 163. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v4i03.1607>
- Fajriani, H., Suharyono, & Bafadhal, A. S. (2018). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Survei Online Pada Konsumen Wanita Muslim yang Membeli Produk Sunsilk Hijab di Kota Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 61 No. 3 Agustus 2018/ Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id* 163, 61(3),

163–171.

- Imam, A. F. (2012). Analisis Wacana Van Dijk Pada Lirik Lagu Irgaa Tani (My Heart Will Go on). *Lisanul' Arab: Journal of Arabic Learning and Teaching*, *1*(1), 1–8.
- Kiswati, S. (2010). *Studi tentang sikap konsumen atas merek tolak angin*.
- M.Thahir, S. (2015). Hubungan Antara Distress Dan Dukungan Sosial Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Dalam Penyusunan Skripsi. *Psychology Forum UMM*, *II*(2), 392–395.
- Mardiah, A. (2010). Pengaruh Penampilan Modis Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Perempuan Pada Bank Danamon Cabang Pekanbaru. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, *9*(2), 134.  
<https://doi.org/10.24014/marwah.v9i2.477>
- Pradnyani, N. G. A. P. D., Dr., P. D. A. M. M., Prof., & I Nyoman Suparwa, M. H. (2016). *ANALISIS MODEL TEUN A. VAN DIJK DALAM KEMAMPUAN MENULIS PERSUASIF ADVERTORIAL DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA IKLAN ADVERTORIAL BALI POST*.
- Tito, A. C. P., & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, *11*(1), 98–114. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1544>
- Wardyaningrum, D. (2012). Penggunaan Daya Tarik Emosional pada Iklan Pajak di Televisi. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL*, *1*(4), 249–258. <http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/75>

## WEBSITE

Abeba, R. A. (2017). *Wanita Karier dan Dilema dalam Berpenampilan*.

Aura.Tabloidbintang.Com.

<https://aura.tabloidbintang.com/psikologi/read/85336/wanita-karier-dan-dilema-dalam-berpenampilan>

Cahyu. (2018). *Kepercayaan Diri Remaja Perempuan Indonesia Masih Rendah. Apa solusinya?* Liputan6.Com.

<https://www.liputan6.com/health/read/3468992/kepercayaan-diri-remaja-perempuan-indonesia-masih-rendah-apa-solusinya>

D, K. A. (2020). *Procter & Gamble*. Merdeka.Com.

<https://www.merdeka.com/procter-gamble/profil/>

Deil, S. A. F. (2015). *P&G, Perusahaan yang Produknya Dipakai Setengah Warga Dunia*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2381524/pampg-perusahaan-yang-produknya-dipakai-setengah-warga-dunia>

Dinisari, M. C. (2020). *Syarat Penampilan Menarik dalam Lowongan Pekerjaan Bikin Perempuan Ragu Melamar*. Entrepreneur.Bisnis.Com.

<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200305/52/1209453/syarat-penampilan-menarik-dalam-lowongan-pekerjaan-bikin-perempuan-ragu-melamar>

GETCRAFT. (2020). *Video Marketing VS TVC, Mana Pemasaran yang Lebih*

*Ampuh?* Academy.Getcraft.Com. <https://academy.getcraft.com/id/blog/video-marketing-vs-tvc-mana-pemasaran-yang-lebih-ampuh>

Islami, Y. T. (2016). *Metode Full Costing Dengan Menggunakan Aplikasi Microsoft Excel Pada UMKM ( Studi Kasus Pada Peternakan Ayam Petelur Jafar )*

*Determination Analysis And Reporting Cost of Production Full Costing Method*

( *Case study Jafar Farm* ).

JNP. (2020). *Youtube Raup Rp205,7 Triliun dari Iklan Sepanjang 2019*. CNN INDONESIA. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205190439-185-472009/youtube-raup-rp2057-triliun-dari-iklan-sepanjang-2019>

Malik, P. A. (2019). *Rambut Aku Kata Aku: Percaya Diri dengan Gaya Rambut Pilihan*. Harpersbazaar.Co.Id. <https://www.harpersbazaar.co.id/articles/read/9/2019/7548/Rambut-Aku-Kata-Aku-Percaya-Diri-dengan-Gaya-Rambut-Pilihan>

Pantene. (2020). *Sejarah Panten*. Pantene.Co.Id. <https://www.pantene.co.id/id-id/masalah-rambut-solusinya/sejarah-pantene>

Samosir, H. A. (2015). *8 dari 10 Perempuan Tak Percaya Diri Akibat Dilema Rambut*. Cnnindonesia.CoM. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150804162140-277-70044/8-dari-10-perempuan-tak-percaya-diri-akibat-dilema-rambut>

SF. (2020). *Pantene Dukung Wanita Indonesia Percaya Diri dengan #RambutTanpaBatas dan Ubah Standar “Berpenampilan Menarik” dalam Rekrutmen Kerja*. Markettrack.Id. <https://markettrack.id/pantene-dukung-wanita-indonesia-percaya-diri-dengan-rambuttanpabatas-dan-ubah-standar-berpenampilan-menarik-dalam-rekrutmen-kerja/>

Soeprajitno, H. (2017). *Jadi Juara Sampo Tanah Air, Apa Strategi Marketing Pantene?* Marketeers.Com. <https://marketeers.com/jadi-jawara-sampo-tanah-air-apa-strategi-marketing-pantene/>

Wulandari, D. (2020). *Pantene Luncurkan Kampanye Video “The Toughest Job Interview.”* Mix.Co.Id. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/pantene->

luncurkan-kampanye-video-the-toughest-job-interview/