

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asmajasari & Magdalena (1997). *Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- Terence A, S, (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate spss 25*. Semarang: Universitas Diponogoro.
- Hermawan, A (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Buschhari, A (2005). *Menejemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Effendy, O (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kotler & Keller. (2009) *Menejemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangg.
- Kotler, Philip & Keller (2007). *Menejemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, Keller & Kevin (2013). *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Liliweri, A (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Pranada Media Group
- Madura & Jeff (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moriarty, S, Mitchell, N & Wells, W (2008). *Advertsing*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan. Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sutisna (2002). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.

Jurnal

- Adrian, S.W., & Nurhayati, I.K. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan Youtube Ramayana Ramadan 2017 Versi Bahagiannya Adalah Bahagiaku Terhadap Citra Merek. *Jurnal Online Manajemen*, Volume 5, Nomor 1. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/141475/jurnal_eproc/pengaruh-terpaan-iklan-youtube-ramayana-ramadan-2017-versi-bahagiannya-adalah-bahagiaku-terhadap-citra-merek.pdf (diakses 16 Juli 2020).

Dwika Mochammad Fahmi, 2020

Pengaruh Terpaan Iklan Cetak Consina Carabiner Terhadap Minat Beli

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Basrah, S & Dwi, R. R. (2013). *Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survey Kepada Pelanggan ITC Roxy Mas)*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Universitas Negeri Jakarta. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/778/687> (diakses pada 09 mei 2020).
- Depu, S, M, Kawengian, D, D, V, & Walelang, G. (2015). *PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP IKLAN AQUA BOTOL TANPA SEGEL PLASTIK (STUDI DI KELURAHAN MALALAYANG I TIMUR KOTA MANADO)*. <https://media.neliti.com/media/publications/94096-ID-persepsi-khalayak-terhadap-iklan-aqua-bo.pdf> (diakses 30 juni 2020)
- Nurul, H. (2019). *Pengaruh Perubahan Logo Dalam Rangka Rebranding Terhadap Brand Awareness Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia (Survey Pada Followers akun Instagram @bkngoidofficial)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 23-24.
- Nico, P dan Widayatmoko. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Billboard Lazada Versi Terbalik dan Promosi Word of Mouth Terhadap Tingkat Kesadaran Merek Lazada*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/viewFile/3729/2165> (diakses 16 Juli 2020).
- Randi, S. (2018). *Pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen produk merek Honda (Survey Konsumen Pada Dealer CV. Cempaka Motor dikabupaten Sijunjung)*. Jurnal JOM FISIP. <https://media.neliti.com/media/publications/206745-pengaruh-iklan-dan-citra-merek-terhadap.pdf> (diakses 16 Juli 2020).
- Taufik. (2013). *Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent*. Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE). <https://eprints.uns.ac.id/1062/1/1895-4268-1-SM.pdf> (diakases 09 mei 2020).

Dwika Mochammad Fahmi, 2020

Pengaruh Terpaan Iklan Cetak Consina Carabiner Terhadap Minat Beli

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Referensi Website

- Brightstars. (17 Januari 2017). *Perkembangan Digital Media Advertising Indonesia Saat Ini*. <http://www.brightstars.co.id/blog/bagaimanakah-perkembangan-digital-media-advertising-indonesia-saat-ini/>. (diakses pada 26 Juni 2020).
- Citra Pariwara. (17 Oktober 2019). *WILD LIFE CROCODILE*. <http://citrapariwara.org/penghargaan/print?id=1014>. (diakses pada 13 April 2020).
- Docplayer. (02 Juli 2018). *BAB I PENDAHULUAN. 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Gambaran Umum CV. Consina Segara Alam*. <https://docplayer.info/67214001-Bab-i-pendahuluan-1-1-gambaran-umum-objek-penelitian-gambaran-umum-cv-consina-segara-alam.html>. (diakses 02 Juli 2020).
- Newmedia. (04 November 2017). *Analisa Logo Consina 2017*. <http://tugasnewmedia.blogspot.com/2017/11/analisi-logo-consina.html>. (diakses 02 Juli 2020)

Dwika Mochammad Fahmi, 2020

Pengaruh Terpaan Iklan Cetak Consina Carabiner Terhadap Minat Beli

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]