

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, K. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Atkinson, R., *et al.* (1996). *Introduction to psychology*. New York: Harcourt Brace College Publishers.
- Boyd, O., & Newbold, C. (1995). *Approaches to Media*. New York: Arnold.
- Dell, *etc.* (2001). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy 8th Edition*. New Jersey: McGraw-Hill.
- Durianto, dkk. 2004. *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O.U. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo Rosdakarya.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta, PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kennedy, J.E., & Soemanagara., R.D. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, M. & Johnson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Priyono, O. S. (1996). *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: CSIS
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- Soekanto, S. (1982). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: CV Rajawali.

Jurnal dan Skripsi :

- 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.
- Emia, F., & Marwan, M.R. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tangerang Selatan*. Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Volume 7, Nomor 2.
- Febriada, R., & Oktavianti, R. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube Terhadap Persepsi Konsumen (Studi Terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube)*. Jurnal Prologia, Volume 4, Nomor 1, halaman 180.
- Fidyah, Nurul. (2017). *Efektivitas Iklan Produk Kosmetik Wardah Melalui Media Sosial Instagram*. Skripsi Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Idham, M. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Hijab di Media Sosial Terhadap Minat Fashion Berhijab*. Skripsi Yogyakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Ilmi, P.N., Utomo, S.S., & Hermawati, T. (2013). *Terpaan Iklan Dengan Respon Kognitif & Afektif (Studi Hubungan Terpaan Iklan di Televisi (TVC) Tentang Wardah Kosmetik Lightening Series Dengan Tingkat Kesadaran, Tingkat Kesukaan, dan Tingkat Keyakinan Terhadap Merek di Kalangan Komunitas Solo Hijabers Kota Solo Tahun 2013*. Jurnal Komnas.
- Kurniasari, A.F. (2016). *Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat, Penggunaan Media Sosial Facebook, Dukungan Keluarga, Dukungan Lingkungan Kerja Terhadap Tingkat Keberhasilan Ibu Bekerja Memberi Asi Eksklusif*. Jurnal Interaksi, Volume 5, Nomor 2, halaman 147.
- Marhaeni, Dian. (2019). *Representasi Anak-anak dalam Tayangan Iklan Komersial di Media*. Semarang: Jurnal Ilmiah Komunikasi 'Makna', Vol. 1, No. 1.
- Maulana, T. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Tokopedia Terhadap Minat Beli Dikalangan Siswa MAN 1 Majalengka*. Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan, Volume 1, Nomor 2.

- Munawwaroh, P.R. 2018. *Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata ke Siak Sri Indrapura*. Jom FISIP, Volume 5, Nomor 1, halaman 2.
- Putra, N., & Widyatmoko. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Billboard Lazada Versi Terbalik dan Promosi Word of Mouth Terhadap Tingkat Kesadaran Merek Lazada*. Jurnal Prologia, Volume 2, Nomor 2.
- Sitepu M.S.Z., Tangkudung, J., & Puspitorini, W. (2020). *Pengaruh Latihan Senam Aerobik dan Motivasi Berolahraga Terhadap Penurunan Presentase Lemak Tubuh*. Jurnal Penjaskesrek, Volume 7, Nomor 1, halaman 46.
- Syahdi, N. (2016). *Pengaruh Terpaan Mobile Advertising Berupa SMS (Short Messae Service) Operator Kartu AS Terhadap Sikap Pengguna Telepon Seluler di Lingkungan Mahasiswa Universitas Riau*. JOM FISIP, Volume 3, Nomor 2.
- Widiani, N.L. (2019). *Penyuluhan Pentingnya Konsumsi Buah dan Sayur pada Remaja di Sos Desataruna Jakarta*. Jurnal PATRIA, Volume 1, Nomor 1, halaman 58.
- Yoganata, D.A. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan dan Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Samsung Galaxy*. Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik, Volume 1, Nomor 2.

Website :

Website :

Bramasta, D.B. (2020). *Update Virus Corona di Dunia : Tembus 168 Negara, 107.247 Sembuh, 18.612 Meninggal*. Diakses pada <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/25/070100465/update-virus-corona-di-dunia--tembus-168-negara-107.247-sembuh-18.612>.

Kementrian Kesehatan RI. (2016). *PHBS*. Diakses pada <http://promkes.kemkes.go.id/phbs>.

- Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2020). *Mitigasi Dampak COVID-19, Kementerian PUPR Siapkan Program Padat Karya Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Senilai Rp 1,511 Triliun*. Diakses pada <https://www.pu.go.id/berita/view/18243/mitigasi-dampak-covid-19-kementerian-pupr-siapkan-program-padat-karya-penyediaan-air-minum-dan-sanitasi-senilai-rp-1-511-triliun>.
- Pratiwi, G. (2014). *Reckitt Benkisser Indonesia Paling Pesat Pertumbuhan Pasarnya di Dunia*. Diakses pada <https://swa.co.id/swa/ceo-interview/reckitt-benckiser-indonesia-paling-pesat-pertumbuhan-pasarnya-di-dunia>.
- Ridhoi, M.A. (2020). *Tingkat Akses Cuci Tangan Pakai Sabun Indonesia di Bawah Vietnam*. Diakses pada <https://katadata.co.id/berita/2020/03/28/tingkat-aksescuci-tangan-pakai-sabun-indonesia-di-bawah-vietnam>.
- Santosa, B. (2020). *Kata Pakar, Kesadaran Bahaya COVID-19 Perlu Untuk Cegah Penyebaran Pandemi*. Diakses pada <https://voi.id/artikel/baca/5086/kata-pakar-kesadaran-bahaya-covid-19-perlu-untuk-cegah-penyebaran-pandemi>.
- Sendari, A.A. (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Diakses pada <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya#>.
- Sidik, S. (2020). *Kasus Positif Corona RI Kembali Nyaris 1.000 orang/Hari*. Diakses pada <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200523160843-4-160500/kasus-positif-corona-ri-kembali-nyaris-1000-orang-hari>.
- Top Brand Award. 2020. *Top Brand Index Fase 1 2020 Kategori Perawatan Pribadi Sabun Mandi Antiseptik*. Diakses pada https://www.topbrandaward.com/top-brand-index/?tbi_year=2020.