

# DAFTAR PUSTAKA

## BUKU

- Jaiz, M. (2014). *Dasar - Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok : PT RajaGrafindo Persada
- Kennedy, J, E., & Dermawan S, R. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT Buana Ilmu Populer
- Yunus, U., Angeline, M., Ramadanty, S. (2019). *Advertising & Branding*. Jakarta : Penerbit Edu Pustaka.
- Suryadi, E., Darmawan, D., Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi : Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung : Rosda
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Unair.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moriarty, S., Nancy M., & William W. (2011). *Advertising Edisi 8*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Pamungkas, I. (2016). *IMCOLOGY*. Yogyakarta : Deepublish.
- Kotler, Philip. (2005). *Marketing Management*. Eleventh Edition. Prentice Hall, Inc., New Jersey.

## JURNAL

- Dinda, A., Rara, D., & Irwansyah (2018). Efektivitas Iklan Youtube Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian. *Demandia*, 3(1), 77-96.

Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk *Consumer Goods*. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.

Junia, M., & Rosyad, U.R. (2015) Kajian Hubungan Antara Iklan di Media Sosial Dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6 (1).

Maslakhah, I., Sutopo. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Management*, 6 (4), 2.

Ratika, Z, R., Rina, N. (2018) Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 6 (1), 43-57.

Riyantini, R. & Khatiri, N. (2020). Inovasi Dalam Iklan : Analisis Isi Pesan #Startridingmigo di Instagram. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(2), 65-74.

Rahmadani, V. (2018) Pengaruh Iklan Soyjoy Web Series “Ini Perjalananku” Di Youtube Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 9-12.

Tranggono, D., Putri, A, N. & Juwito. (2020) Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followers Akun @Nacificofficial.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141-155.

Utami, D, N. & Putri, B. (2019) Pengaruh Pesan Iklan Clean & Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda Di Youtube Terhadap Respon Kognitif Khalayak. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 3(1), 85-91.

## **SKRIPSI**

Pratiwi, D. (2018). Pengaruh Pesan Iklan Billboard Terbalik Lazada Versi Diskon Mengguncang Dunia Terhadap Keputusan Pembelian. ( Survei Pada Komunitas Mi Fans Jakarta). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Roslinawati, Y. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk. (Studi Survey Pada Mahasiswa UMM Ilmu Komunikasi Angkatan 2015). Universitas Muhammadiyah Malang.

Thalenta, R. (2019). Pengaruh Iklan *Shopee* versi Blackpink dalam Keputusan Pembelian. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

## **WEBSITE**

BNPB (2020, 5 November) Data Positif Covid-19 di Indonesia. Retrieved from <https://bnpb-inacovid19.hub.arcgis.com/>

Burger King Indonesia (2020, 3 November) Pesanlah dari McDonalds. Retrieved from <https://www.instagram.com/burgerking.id/p/CHIU9IOH3aC/>

Houtmand, P. (2020, 6 November) Viral Solidaritas Burger King-Mcd. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201106111647-17-199775/viral-solidaritas-burger-king-mcd-dkk-ini-fakta-sedihnya>