



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Belch, George E., Belch, Michael A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition . New York: McGraw-Hill

Notoatmodjo, S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta.

Kotler Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition*, 14 Edition, Pearson Education

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior* .Tenth Edition. Pearson Education.

Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* . Jakarta : Salemba Empat .

Aaker, (2010) *Manajemen Ekuitas Merek*, Jakarta : Spektrum Mitra Utama

Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4TH Edition). USA: Pearson Education, Ltd.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Sitinjak, Tony, 2005, *Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek*, Jurnal Ekonomi Perusahaan Volume 12 No. 2, Jakarta

Bungin, H.M. Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Sosial & Ekonomi Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi*

Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

J. Supranto, 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi ketujuh Jilid 2: Jakarta, Penerbit Erlangga

Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

J. Supranto, 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi ketujuh Jilid 2: Jakarta, Penerbit Erlangga

Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Reketama Media.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro .

Bustami, Fadisyah, dan Dahlan Abdullah. 2014. *Statistika Terapannya di Informatika*. Jakarta: Graha Ilmu.

Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS (Edisi Pertama)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

JURNAL

Liselot Hudders , Verolien Cauberghe , Tine Faseur , Katarina Panic , (2016), *How to Pass the Courvoisier? An Experimental Study on the Effectiveness of Brand Placements in Music Videos*, in

Patrick De Pelsmacker (ed.) Advertising in New Formats and Media, pp.361 – 378

Christianto, Dwi., & Azis Elvira (2015). *PENGARUH PRODUCT PLACEMENT TERHADAP BRAND AWARENESS NISSAN JUKE PADA SITKOM TENTANG MASA GITU*. Vol 2 , 2015

Agustina Yolanda, Yolanda (2014) *ANALISIS SIKAP AUDIENCE TERHADAP PRODUCT PLACEMENT NEMIROFF VODKA PADA VIDEO MUSIK LADY GAGA "BAD ROMANCE" ANALYSIS OF AUDIENCE ATTITUDE TOWARDS PRODUCT PLACEMENT NEMIROFF VODKA IN LADY GAGA'S MUSIC VIDEO "BAD ROMANCE"*. S1 thesis, Fakultas Ekonomi.

Russell, C. A. (2002). *Investigating the effectiveness of product placements in television shows: The role of modality and plot connection congruence on brand memory and attitude*. Journal of consumer research,

Arisandi , Alvin Desty (2013) *PERAN BRAND PLACEMENT MELALUI MEDIA FILM DALAM MENCIPTAKAN BRAND IMAGE (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peran Brand Placement Audi Pada Film Transporter 3 dalam Menciptakan Brand Image Audi di benak Audience)*. Jurnal Ilmu Komunikasi. pp. 1-12.

INTERNET

Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia.” Diakses pada 12 April 2019. <https://apjii.or.id/content/read/104/348/BULETIN-APJII-EDISI-22---Maret-2018>

Jumlah Penonton Youtube Menyaingi Jumlah Penonton Televisi” Diakses pada 12 April 2019.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180509180435-185-297003/penonton-youtube-saingi-jumlah-netizen-yang-tonton-televise>

Top Brand Award” Diakses pada 12 April 2019. <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2018-fase-1>

Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%” Diakses pada 12 April 2019. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>

Video Musik Berpisah itu Mudah” Diakses pada 12 April 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=XzbSff3NY3M>

“Webiste PIXY” Diakses pada 1 Juni 2019. <http://www.pixy.co.id/>

Badan Pusat Statistik DKI Jakarta” Diakses pada 19 April 2019. <https://jakarta.bps.go.id/statictable/2017/01/30/142/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-provinsi-dki-jakarta-2015.html>

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA