



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

- Achmad, E. K. (2014). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Cetakan ke-6. Bandung : Alfabeta.
- Bajuri, A. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, B. (2008). *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta : Kencana Preneda Media Group.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. .* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.(n.d.).
- Harjanto, S. P. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Integrated Marketing Communications Management*. Depok : PT Rajagrafindo Persada.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Junaedi, F. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, A. S. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. a. (2019). *Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Bob Sabran. Edisi 13, jilid 2. .* Jakarta : Pt. Indeks .
- Kotler, P. d. (2006). *Manajemen Pemasaran .* Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga .
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- L., K. P. (2016). *Marketing Management*. UK: Pearson Education Limited.

- Mitchell, S. M., & Wells, W. (2011). *advertising, edisi 8*. Jakarta : Kencana .
- Mitchell, S. M., & Wells, W. (2015). *Advertising: Principles and Practice*. Australia : Pearson Austrilia .
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Naresh K, M. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation, 6/E*. New Jersey: Prentice Hall.
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach, 4th Edition*. USA: Allyn & Bacon.
- Neuman, W. L. (2003). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach, 5th Edition*. USA: Allyn & Bacon.
- Neuman, W. L. (2007). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach, 6th Edition*. USA: Allyn & Bacon.
- Nst, M. Fakhru Rizky. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis, 5*.
- Prof. Dr. H. M. Ma'ruf Abdullah, S. M. (2017). *Manajemen komunikasi periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Rachmat Kriyantono, P. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek* . Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian* . Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Supratiknya, A. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dalam Psikologi* . Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Anggota APPTI.

### **Skripsi Online**

- Azhari, M. (2015). *Penagruh Iklan Televisi "Tokopedia: Lebih Lengkap, Lebih Murah, Lebih Aman" Terhadap Brand Image PT Tokopedia* . Jakarta : Universitas Bina Nusantara.

### **Jurnal Online**

Franedy, R. (2019, Maret 01). *Tokopedia Vs Bukalapak Vs Shopee, Siapa Juaranya?* Retrieved 11 11, 2019, from Tokopedia Vs Bukalapak Vs Shopee, Siapa Juaranya?: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190301150340-37-58396/tokopedia-vs-bukalapak-vs-shopee-siapa-juaranya>

Muliarta, I. N. (2017, Maret 17). *Kebohongan Dibalik Istilah "Blocking Time " oleh lembaga penyiaran.* Retrieved september 26, 2019, from Metro Bali: <https://metroballi.com/kebohongan-dibalik-istilah-blocking-time-oleh-lembaga-penyiaran/>

Umbara, D. (2015, Mei 05). *Kerjasama Televisi, Production House, dan Pihak Lainnya.* Retrieved 11 11, 2019, from Kerjasama Televisi, Production House, dan Pihak Lainnya: <https://dikiumbara.wordpress.com/tag/blocking-time/>