



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. dan Michael A. Belch. 2007. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro.
- Kotler, Philip, Ang, S. H., Leong, S. M., dan Tan C. T. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliwari, Alo. 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jakarta: PT Indeks.
- Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Nugroho, Anton, dan Yohanes. 2011. *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan MS. Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Shimp, Terence A. dan Andrews, J. Craig. 2013. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Kanada: Nelson Education, Ltd.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wells, W., Moriarty, S., dan Burnett, J. 2006. *Advertising: Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Wiryawan, Mendiola Budi. 2008. *Kamus Brand*. Jakarta: Red and White Publishing.

E-Book

- Baxter, Leslie A., dan Babbie, Earl. *The Basic of Communication Research*, E-book. Canada: Thomson Learning, Inc. Diakses pada 20 April 2018.
- Creswell, John W. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. E-book. United States of America: Pearson Education, Inc. Diakses pada 20 April 2018.
- Ogden, Steve., Barnes, dan Minahan, S. 2015. *Sales Promotion Decision Making: Concepts, Principles, and Practice*. E-book. United States of Amerika: Business Expert Press. Diakses pada 2 April 2018.

Jurnal Online

- Sunanto. 2017. "Efektivitas Iklan TV Berdasarkan Model AIDA Terhadap Minat Beli Konsumen". Universitas Pamulang, vol. 4, no. 2, h. 25-40. Diakses 8 April 2018.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/download/486/398>.

Skripsi Cetak

- Claresta, Malva. 2015. *Aktivitas Marketing Communication PT Matahari Department Store, Tbk*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Maulidya, Equita. 2013. *Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Produk Kecantikan di Televisi Terhadap Minat Beli Khalayak (Survei Pada Mahasiswi Ilmu*

Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Angkatan 2012 Terkait Iklan Maybelline Clear Smooth All In One). Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Winiratih, Ardisa. 2016. *Pengaruh Iklan Televisi dan Event Sponsorship Terhadap Brand Image Bakmi Mewah*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Yoanitawati. 2012. *Marketing Communication Dalam Divisi Event Organizer Media Indonesia (PT Citra Media Nusa Purnama)*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi Online

Atmaja, Monica Vita. 2007. *Respon Konsumen Terhadap Komunikasi Pemasaran Ditinjau Dari Model Hirarki Dampak*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Diakses pada 22 Maret 2018. https://repository.usd.ac.id/2693/2/012214034_Full.pdf.

Elizabeth, Sylvia. 2016. *Efektivitas Iklan Kampanye Pemasaran Sosial Anlene Terhadap Perubahan Sikap dan Perilaku Khalayak Tertentu di Jakarta Pusat*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara. Diakses pada 14 April 2018. <http://kc.umn.ac.id/435/>.

Febriana, Chalifah Nur, Srikandi Kumadji, dan M. Kholid Mawardi. 2015. *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Produk TRESemme)*. Malang: Universitas Brawijaya. [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=346994&val=6468&title=PENGARUH%20IKLAN%20TELEVISI%20TERHADAP%20KESADARAN%20MEREK%20SERTA%20DAMPAKNYA%20PADA%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20\(Survei%20pada%20Mahasiswi%20Universitas%20Brawijaya%20Pengguna%20Produk%20TRESemm%C3%83%C2%A9\)](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=346994&val=6468&title=PENGARUH%20IKLAN%20TELEVISI%20TERHADAP%20KESADARAN%20MEREK%20SERTA%20DAMPAKNYA%20PADA%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20(Survei%20pada%20Mahasiswi%20Universitas%20Brawijaya%20Pengguna%20Produk%20TRESemm%C3%83%C2%A9)).

Fitri, Shinta Junita. 2011. *Kebiasaan Konsumsi Fast Food Pada Siswa Yang Berstatus Gizi Lebih Di SMA Kartini Batam*. Bogor: Institut Pertanian Bogor. Diakses pada 21 Maret 2018. <http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/47466/1/I11sjf.pdf>.

Hidayat, Nurkholis Parista. 2014. *Pengaruh Terpaan TVC Samsung Galaxy Ace 3 Terhadap Minat Beli Siswa Kelas X SMAN 28 Kabupaten Tangerang*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara. <http://kc.umn.ac.id/1530/>.

- Jovita. 2015. Pengaruh Terpaan Iklan Produk Susu WRP Terhadap Persepsi Tentang Tubuh Ideal Oleh Wanita. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara. <http://kc.umn.ac.id/831/>.
- Nurlita, Nurul. 2017. Pola Konsumsi Makanan Cepat Saji (*Fast Food*), Status Gizi, dan Kenaikan Berat Badan Pada Mahasiswa FIK dan FT Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses pada 21 Maret 2018. [http://eprints.ums.ac.id/52185/11/NASKAH%20PUBLIKASI%20TIMESNW ROMAN.pdf](http://eprints.ums.ac.id/52185/11/NASKAH%20PUBLIKASI%20TIMESNW%20ROMAN.pdf).
- Putri, Santika Indri Eka. 2015. Pengaruh Kampanye Iklan Televisi OLX Terhadap Tingkat *Brand Awareness* OLX Sebagai Situs Jual Beli *Online* Barang Bekas. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara. <http://kc.umn.ac.id/918/>.
- Rostandy, Cindy. 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Zalora Indonesia. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara. Diakses pada 22 Maret 2018. <http://kc.umn.ac.id/221/>.
- Tanoni, Romy Victor. 2013. Pengaruh Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Citra Merek dan Sikap Pada Minuman Isotonic Mizone di Surabaya. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala. Diakses pada 7 Maret 2018. <http://repository.wima.ac.id/230/>.

Online

- Annisa, Radhita Nur. 2017. “*Makanan Siap Saji Mendominasi Indonesia*”. Diakses pada 21 Maret 2018. https://www.kompasiana.com/radhitarara24/makanan-siap-saji-mendominasi-indonesia_58cb6e93ec9673610609082c.
- Badan Pusat Statistik. 2018. “*Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang*”. Diakses pada 1 April 2018. <https://tangerangkota.bps.go.id/dynamictable/2015/11/27/21/penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-tangerang-2016.html>.
- Coursehero.com. 2015. “*Epic Model Adalah Salah Satu Model Pengukuran*”. Diakses pada 7 April 2018. <https://www.coursehero.com/file/p1qutc4/EPIC-Model-adalah-salah-satu-model-pengukuran-efektivitas-iklan-untuk-mengukur/>.
- IDN Times. 2018. “*8 Inovasi Menu KFC dari Berbagai Dunia, Unik atau Justru Aneh?*”. Diakses pada 21 Maret 2018. <https://today.line.me/id/pc/article/8+Inovasi+Menu+KFC+dari+Berbagai+Dunia+Unik+atau+Justru+Aneh-vZ1r0Q>.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia *Online*. 2018. “*Pengertian Makanan Cepat Saji*”. Diakses pada 21 Maret 2018. <https://www.kbbi.web.id/makan>.
- KFC Indonesia. 2018. “*Company’s Profile*”. Diakses pada 2 April 2018. <http://www.kfcku.com>.
- Kompas.com. 2017. “*Mencicipi Menu Ayam Goreng dengan Lumuran Cokelat dari KFC*”. Diakses pada 21 Maret 2018. <https://travel.kompas.com/read/2017/11/06/073500227/mencicipi-menu-ayam-goreng-dengan-lumuran-cokelat-dari-kfc>.
- Majalahkartini.co.id. 2017. “*Ayam Saus Cokelat, Sebuah Cinta Tak Terduga*”. Diakses pada 21 Maret 2018. www.majalahkartini.co.id.
- Kumparan.com. 2017. “*Chochicks, Perpaduan Sempurna Ayam dan Saus Coklat dari KFC*”. Diakses pada 21 Maret 2018. www.kumparan.com.
- Nusaresearch.com. 2016. “*Popular Brand Index*”. Diakses pada 21 Maret 2018. www.nusaresearch.com.
- Oxford Dictionaries. 2018. “*Definisi Fast Food dalam Bahasa Inggris*”. Diakses pada 21 Maret 2018. https://en.oxforddictionaries.com/definition/fast_food.
- Slideshare.net. 2015. “*Tabel Nilai-Nilai R Product Moment*”. Diakses pada 12 Juni 2018. <https://www.slideshare.net/EdyMuljana/01tabel-r>.
- Tirto.id. 2016. “*Raja Restoran Cepat Saji Indonesia*”. Diakses pada 21 Maret 2018. www.tirto.id

Sosial Media

- Iklanesia. 2017. *Iklan KFC Chochicks - Inilah #RasanyaCinta (2017)*. Online Video. Diakses 21 Maret 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=mZTvZNlesUM>.
- KFC. 2017. *KFC ChoChicks*. Facebook. Diakses pada 21 Maret 2018. <https://facebook.com/pg/kfcindonesia>.
- KFC Indonesia. *KFC ChoChicks*. Instagram. Diakses pada 21 Maret 2018. www.instagram.com/kfcindonesia/.

Olah Data SPSS

Statistic’s Software versi 23. 2018.