



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

- Altstiel, Tom dan Grow, Jean. 2010. *Advertising Creative*. California: Sage Publication.
- Belch, George E. dan Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspectives*. Eight Edition. New York: McGraw-Hill Companies.
- Biagi, Shirley. 2015. *Media Impact*. USA: Cengage Learning.
- Bordwell, David dan Thompson, Kristin. 2008. *Film Art An Introduction. Eight Edition*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Fourth Edition*. California: SAGE Publications, Inc.
- Frost, Raymond dan Strauss, Judy. 2009. *E-Marketing. Fifth Edition*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Ghozali, H. Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Em., Ledbeter, Andrew, & Sparks, Glenn. 2015. *A First Look at Communication Theory. Ninth Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi ke-12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi ke-12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen and Karen, A Foss. 2008. *Theories of Human Communication. Ninth Edition*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Moriarty, Sandra., Mitchell, Nancy., Wells, William. 2015. *Advertising & IMC Principles and Practice*. England: Pearson Education Limited.
- Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. 2013. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shimp, Terence A & Andrews, J. Craig. 2013. *Advertising, Promotion, and Other Aspect of Integrated Marketing Communications*. Canada: Nelson Education, Ltd.
- Sugiyono, 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung
- Triton, PB. 2006. *Riset Statistik Parametrik*. ANDI: Yogyakarta.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

Online

- Alexa. 2017. "Youtube.com Traffic Statistics". Diakses 10 September 2017. <https://www.alex.com/siteinfo/youtube.com>.
- Balea, Judith. 2016. "The Latest Stats in Web and Mobile in Indonesia (INFOGRAPHIC)". Technasia. Diakses 1 Agustus 2017. <https://www.technasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-are-social>.

Brain, Statistic. 2017. "Youtube Company Statistics". Diakses 10 September 2017. <http://www.statisticbrain.com/youtube-statistics/>.

Royco. 2017. "We Live Food". Diakses 4 Agustus 2017. <http://www.royco.co.id/beranda/tentang-kami>.

Royco Indonesia.2017. *Because Love is Always Better Homemade*. Online Video. Diakses 7 Juli 2017. <https://www.youtube.com/user/MasakApaHarini>.

Skripsi dan Jurnal

Hartanto, Yohanes Kus. 2015. *Pengaruh Iklan TVC Tokopedia Versi Selamatkan Chelsea Islan! "Raket Nyamuk" Terhadap Brand Image*. Skripsi Universitas Mercubuana.

Lestari, Puji., Aziz Fatoni, dan Leonardo Budi. 2015. "Pengaruh Pesan Iklan, Musik dan Bintang Iklan Terhadap *Brand Image*, dengan Intervening Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lux di Kelurahan Gedawang". Diakses 30 Juli 2017. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/244/240>.

Parawidhinisa, Citta. 2015. *Pengaruh Iklan Media Elektronik (Televisi) "Cari Jodoh" Terhadap Brand Image Telkomsel (Kartu AS)*. Skripsi Binus University.

Sari, Dinny Puspita dan Djatikusuma, Edin S. 2015. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Ayu Ting Ting Dalam Iklan Televisi Terhadap *Brand Image* Produk Mie Sarimi". Diakses 30 Juli 2017. <http://eprints.mdp.ac.id/752/1/JURNAL%202009200058%20Dinny%20Puspita%20Sari.pdf>

Zain, Diki Denis Ahmad. 2014. *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Brand Image Produk TOP Coffee*. Skripsi Universitas Muhammadiyah.

