



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:

Babbie, Earl. (2016). *The Practice of Social Research 14th Edition*. USA: Cengage Learning.

Belch, George & Belch, Michael. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 9th Edition*. New York: McGraw-Hill.

Belch, George & Belch, Michael. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 9th Edition*. New York: McGraw-Hill.

Berger, Arthur Asa. (2011). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches 2nd Edition*. USA: Sage Publications.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS* 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, Managing Brand Equity*. England: Pearson Education Global Edition.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management 15th Edition*.

USA: Pearson Education Limited.

Kriyantono, Rachmat. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Rawamangun:

Kencana.

Malhotra, Naresh, K & Birks, David, F. (2007). *Marketing Research: An Applied*

Approach 3th Edition. England: Pearson Education Limited

Moriarty, Mitchell, Wells. (2012). *Advertising & IMC: Principles and Practices*.

New Jersey: Prentice Hall.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu 1st Edition*. Jakarta:

Kencana.

Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and*

Quantitative Approaches 7th Edition. USA: Pearson Uducation Limited.

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

Alfabeta.

Jurnal:

Grimaldi, Mirna. (2014). *The Effect of Sport Sponsorship on Brand Awareness,*

Corporate Image and Brand Association.

Khan, Jadoon, & Tareen. (2016). *Impact of Advertising on Brand Awareness and Commitment in Female Apparel Industry*. Vol 6, No. 3.

Website:

Aice.co.id. (2018). *Aice Hadirkan Varian Rasa Baru Khusus Asian Games 2018*. Diakses pada 14 April 2019. Retrieved from: <http://www.aice.co.id>

Aice.co.id. (2018). *Ini Tema Es Krim Aice Untuk Asian Games 2018*. Diakses pada 22 Maret 2019. Retrieved from: <http://www.aice.co.id>

Azwar, Khoirul. (2018, Januari 26). *Langkah Es Krim AICE Memajukan UMKM*. Diakses pada 28 April 2019. Retrieved From: <https://www.republika.co.id/>

Beritasatu.com. (2018, Agustus 30). *Antusiasme Tinggi Masyarakat Terhadap Asian Games 2018 Diluar Prediksi*. Diakses pada 22 Maret 2019. Retrieved from: <https://www.beritasatu.com>

Jajanbeken.com. (2017). *Aice Menjadi Peringkat Pertama di Industri Es Krim, Kamu Sudah Coba*. Diakses pada 14 April 2019. Retrieved From: <http://www.jajanbeken.com>

Lioe, Gabya Roseline. (2018). *Keunikan AICE*. Diakses pada 14 April 2019. Retrieved from: <http://www.aice.co.id>

Wartakota.tribunnews.com. (2018). *Aice Beri Dukungan Besar Pada Penyelenggaraan Asian Games 2018*. Diakses pada 28 April 2019. Retrieved From: <http://wartakota.tribunnews.com>

Youtube.com. (2018). *Iklan Es Krim Aice Edisi Asian Games 2018*. Diakses pada 22 Maret 2019. Retrieved from <https://www.youtube.com/>

Skripsi:

Nugroho, Rahmat Setyo. (2015). *Pengaruh iklan melalui videotron terhadap awareness: Survey perokok di bandara Adisutjipto Jogjakarta pada iklan GG Mild*. Jogjakarta: Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga.

Ridwan, Mochammad. (2012). *Pengaruh Iklan PT Djarum melalui videotron terhadap brand awareness: survey pada pengguna jalan abu bakar bali di Jogjakarta*. Jogjakarta: Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA