



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

- Ambarsari, Kartika. 2014. *Pengaruh Product Placement Chevrolet dalam Trilogi Film Transformers terhadap Brand Awareness*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Belch, George Eugene & Belch, Michael A. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Darmadi, Durianto, Sugiarto, David L. & S., Hendrawan. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, Gary. 2005. *Principles of Marketing Fourth European Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2012. *Marketing Management 14th ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mowen, John C. & Minor, Michael. 2001. *Consumer Behavior: A Framework*. New Jersey: Prentice Hall.
- Outlook Kopi. 2015. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian 2015.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi* (ed. 1, cet. 5). Jakarta: Rajawali Press.
- Panda, Tapan Kumar. 2004. *Building Brands in the Indian Market*. India: Excel Books India.
- Shimp, Terence A. & Andrews, J. Craig. 2013. *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. South Western: Cengage Learning.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.B. & Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.
- Triton, Budi Prawira. 2006. *Riset Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Index-Gramedia

Jurnal

- Babin, Laurie A. & Carder, Sheri T. 1996. "Viewers' Recognition of Brands Placed Within a Film". *International Journal of Advertising* vol. 15, 140-151.
- Park, Mothersbaugh, & Feick. 1994. "Consumer Knowledge Assessment. *The Journal of Consumer Research* vol. 21 No.1. h. 71-82. Diakses 18 April 2017. <http://www.jstor.org/stable/2489741>

Russell, Cristel A. 1998. "Toward a Framework of Product Placement: Theoretical Propositions." *Journal of Consumer Research* vol. 29 No. 3 h. 306-318. Diakses 2 Februari 2017.

<https://www.jstor.org/stable/10.1086/344432#fndtn-rf46>

_____. 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* vol. 29 No. 3 h. 306-318. Diakses 2 Februari 2017.

<https://www.jstor.org/stable/10.1086/344432#fndtn-rf46>

Online

Ade. 2011. "Iklan di Dalam Film, Darimana Awalnya?". Bintang Indonesia. Diakses 3 Agustus 2017.

<http://archive.tabloidbintang.com/extra/wikibintang/15619-iklan-di-dalam-film-darimana-awalnya.html>

Badan Pusat Statistik. 2016. "Ekonomi Indonesia triwulan II 2016 Tumbuh 5,18 Persen Meningkatkan dibandingkan Triwulan I 2016". Diakses tanggal 25 April 2017. <https://www.bps.go.id/index.php/brs/1269>

_____. 2017. "Konsep dan Definisi PDB Pengeluaran". Diakses tanggal 25 April 2017.

<https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/11#subjekViewTab1>

European Commission. 2012. "Audiovisual and Media Policies". Diakses tanggal 8 Januari 2016.

http://ec.europa.eu/archives/information_society/avpolicy/reg/tvwf/advertising/product/index_en.htm

Megiza. 2016. "Kebenaran tentang Pembuatan Kopi Instan". CNN Indonesia.

Diakses 25 April 2017. <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160828101516-262-154275/kebenaran-tentang-pembuatan-kopi-instan/>

Supriyanto, Bambang. 2016. "Hasil Survei, Pertumbuhan FMCG Indonesia Kalahkan Asia". Bisnis Indonesia. Diakses 25 April 2017.

<http://industri.bisnis.com/read/20161130/12/608198/hasil-survei-pertumbuhan-fmcg-indonesia-kalahkan-asia>

Supriyanto, Mateus Koko. 2010. Kompetisi Merek Kopi Bubuk Instan melalui Perceptual Mapping berdasarkan Analisis Multidimension Scaling (Survei pada Tiga Top Brand Kopi Bubuk Instan Coffeemix, Nescafe, dan Good Day). Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses pada 10 April 2017. <http://e-journal.uajy.ac.id/1867/>

Widayanti, Rahayu. 2013. "Consumer goods: tumbuh tinggi, persaingan kian ketat". Sindonews.com. Diakses 25 April 2017.

<https://ekbis.sindonews.com/read/728334/39/consumer-goods-tumbuh-tinggi-persaingan-kian-ketat-1363575409/>

Wikipedia. 2017. "Cek Toko Sebelah". Wikipedia.com. Diakses 20 Juni 2017.

https://id.wikipedia.org/wiki/Cek_Toko_Sebelah