



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, T. & Grow, J. (2013). *Advertising Creative Strategy, Copy, and Design*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang Media Promosi Unik Dan Menarik*. Yogyakarta, Indonesia: TAKA Publisher.
- Ba, S. & Pavlou, P.A. (2002). Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: Price Premiums and Buyer Behavior. Vol 26, 243-268. 10.2307/4132332:<http://www.jstor.org/stable/4132332>
- Blackwell, Miniard, Engel. (2001). *Consumer Behavior*. Ohio, South Western: Thompson.
- David & Fred R. (2006). *Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Gitosudarmo, H. (2001). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta, Indonesia: PT. BPFE
- Kaid, L.L., & Bacha C.H. (2008). *Encyclopedia of political communication*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Kotler, P & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran. Jilid I, Edisi 12*. Indonesia: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson.

Kotler, P., Amstrong, G., Wong, V., Harris, L.C., Saunders, J., & Piercy, N.

(2013). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson.

Mackay, A. (2005). *The Practice of Advertising: Fifth Edition*. Oxford, UK:

Elsevier Butterworth.

Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. 1993. "Factors

Affecting Trust in Market Research Relationship". *Journal of Marketing*.

Vol 57. Jan 1993. pp 81-101.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta,

Indonesia : Kencana

Mowen, J. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta, Indonesia: Erlangga.

Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta, Indonesia:

Arte Intermedia.

Satzinger, W.J., Jackson, B.R., Burd, S.D. (2010). *System Analysis and Design in*

a Changing World. Fifth Edition. USA: Cengage Learning.

Steel, J. (1998). *Truth Lies and Advertising*. USA: John Wiley & Sons, Inc.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung:

Alfabeta

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung,

Indonesia: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Indonesia: Andi

Uttoro, R. (2008). *Model-model Pembelajaran*. Jakarta, Indonesia: Radjawali Pers

Wirawan, J. (2016). Soal vaksin palsu, pengawasan pemerintah 'lemah'. Juni 2016.

www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/06/160626_indonesia_vaksin_palsu

