



### **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

### Sumber Buku

- Baack, Donald & Clow, Kenneth. 2012. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. United Kingdom : Pearson Education Limited.
- Belch, George E. & Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective 8th edition*. New York : McGraw-Hill.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Creswell, John W. 2012. *Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Boston : Pearson.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Washington DC : Sage.
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi (Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Ghozali, Imam. 2013. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Semarang : Yoga Pratama
- Ginting, Paham & Situmorang, Syafrizal H. 2008. *Filsafat dan Metode Riset*. Medan : USU Press.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta : BPPE.

- Harjanto, Rudy. 2009. *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Jakarta : PT Gramedia Jakarta.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang : UIN-Malang Pers.
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kennedy, John E. & Soemanagara, R. Dermawan. 2009. *Marketing Communication : Taktik & Strategi Cetak Ke-3*. Jakarta : PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi : disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, William D. 2011. *Advertising & IMC : Principles and Practice, 9th Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Moriarty, Sandra. Dkk. 2011. *Advertising 8th Edition*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Neuman, W. Lawrence. 2014. *Basics of Social Research : Qualitative & Quantitative Approach*. Harlow : Pearson.
- Peter, J. Paul & Olson, J.C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta : Salemba Empat.

- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Ruslan, Rosady. 2013. *Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi Delapan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Strauss, Judy & Frost, Raymond. 2009. *E-Marketing (5th Edition)*. New Jersey : Pearson.
- Sumarwan, Ujang. Dkk. 2010. *Pemasaran Strategik (Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja)*. Medan : USU Press.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta : ANDI.
- Tuten, Tracy L. 2008. *Advertising 2.0 : Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. USA : Praeger.

### **Jurnal Online**

- Clayton, Michael & Newport, Christopher. 2011. "EFFECTS OF PROMOTIONAL-BASED ADVERTISING ON BRAND ASSOCIATIONS". *Journal of Product & Brand Management*, vol. 20, issue : 4, h.309-315. Diakses pada 2 Juni 2018.
- Farady, Rustono & Monica, Denise. 2016. "STUDI TERPAAN MEDIA PEMASARAN MELALUI POSTING INSTAGRAM TERHADAP EKUITAS MEREK PELANGGAN SUMOBOO!". *Jurnal Komunikasi*, vol.

- 8, no.1, h.68-82. Diakses pada 2 Juni 2018.  
<https://media.neliti.com/media/publications/106950-ID-none.pdf>
- Gunawan, Oh Juliana. 2017. "PENGARUH PLACE BRANDING TERHADAP PLACE IMAGE EDUKATIF LAWANGSEWU SETELAH DI RENOVASI (Survey pada Penduduk Kota Semarang)". *Penelitian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara*. Diakses pada 5 Juni 2018.  
<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/10610421111148324>
- Ha, Louisa. 2008. "AN INTEGRATED MODEL OF ADVERTISING CLUTTER IN OFFLINE AND ONLINE MEDIA". *International Journal of Advertising*, vol. 7, no. 4, h. 569 – 592. Diakses 30 Mei 2018.  
[https://www.researchgate.net/publication/228433469\\_An\\_integrated\\_model\\_of\\_advertising\\_clutter\\_in\\_offline\\_and\\_online\\_media](https://www.researchgate.net/publication/228433469_An_integrated_model_of_advertising_clutter_in_offline_and_online_media)
- Libriana, Angelica. 2017. "PENGARUH PROFESSIONAL COMMITMENT, EXTERNAL LOCUS OF CONTROL, RISIKO DETEKSI, MATERIALITAS, DAN TIME BUDGET PRESSURE TERHADAP PENGHENTIAN PREMATUR ATAS PROSEDUR AUDIT". *Penelitian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara*. Diakses pada 5 Agustus 2018.  
<http://kc.umn.ac.id/1430/>
- Pratomo, Ilham Aji & Hardianto, Dadan. 2008. "FAKTOR-FAKTOR SISTEM INTERAKSI YANG MEMPENGARUHI EFEKTIFITAS IKLAN ONLINE". *Jurnal Sistem Informasi MTI-UI*, vol. 4, no. 1, h. 26 – 36. Diakses pada 30 Mei 2018. <https://media.neliti.com/media/publications/131161-ID-none.pdf>
- Wei, Khong Kok. Dkk. 2010. "EXAMINING THE IMPACT OF ONLINE ADVERTISING ON PURCHASE INTENTIONS". *International Journal of Business and Information*, vol. 5, no. 2, h. 111 – 134. Diakses 30 Mei 2018.

[https://www.researchgate.net/publication/228280000\\_Examining\\_the\\_Impact\\_of\\_Online\\_Advertising\\_on\\_Purchase\\_Intentions](https://www.researchgate.net/publication/228280000_Examining_the_Impact_of_Online_Advertising_on_Purchase_Intentions)

### **Rujukan Artikel**

APJII. 2017. "*Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*". Diakses pada 29 Mei 2018. <https://www.apjii.or.id/>

Bella, Annisa. 2017. "*Performa Pop Mie di Tengah Melemahnya Ritel*". Diakses pada 3 Agustus 2018. <http://marketeers.com/perform-pop-mie-di-tengah-melemahnya-ritel/>

Global Web Index. 2016. "*Digital vs. Traditional Media Consumption*". Diakses pada 29 Mei 2018. <https://www.globalwebindex.com/reports>

Lubis, Mila. 2017. "*Belanja Iklan Tumbuh Perlahan*". Diakses pada 27 Mei 2018. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/BELANJA-IKLAN-TUMBUH-PERLAHAN.html>

PT Indofood Sukses Makmur Tbk. 2016. "*Indofood at a Glance*". Diakses 27 Mei 2018. <http://www.indofood.com/company/indofood-at-a-glance>

PDDIKTI. 2018. "*Data Pelaporan Tahun 2016/2017*". Diakses 15 Juni 2018. <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi/search>

Wiraspati, Rangga. 2013. "*Ubah Imej, Pop Mie Incar Segmen Kaum Muda*". Diakses 4 Agustus 2018. <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/ubah-imej-pop-mie-incar-segmen-kaum-muda>