

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ade Winata. 2017. *Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.Com Di Kota Denpasar)*. Diakses dari : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/32765>
- Adi, Ericho Prasetya, 2016, *Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Aqua “Versi Ada Aqua”*. Diakses dari : https://eprints.uny.ac.id/30426/1/ErichoPrasetyaAdi_10408144013.pdf
- Adikara, Lambang Elmawan, 2015, *Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Batik Pemalang Berbasis Animasi, Naskah Publikasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer, Amikom Yogyakarta, Yogyakarta*. Diakses dari : <http://repository.amikom.ac.id/index.php/detail/8015/PEMBUATAN%20IKLAN%20LAYANAN%20MASYARAKAT%20BATIK%20PEMALANG%20BERBASIS%20ANIMASI>
- Andreas Prima Bakti Pratama. 2015. *Pengaruh Kreativitas Iklan, Efektivitas Iklan, Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Minuman Berkarbonat (Studi Kasus Pada Minuman Berkarbonat Coca Cola)*. Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses dari : <https://eprints.uny.ac.id/26429/>
- Bob Harhari. 2014. *Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli AC Merek X Di Jakarta Barat*. Jurnal MIX, Volume IV, No. 2, Juni 2014. Diakses dari :

http://journal.mercubuana.ac.id/index.php/Jurnal_Mix/article/view/114

Dewi, Desita Ratna, Sri Hartono, dan Istiqomah, 2017, *Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Probiotik Merek Yakult (Studi Kasus Pada Konsumen Yakult di Kampung Botokan Pajang Laweyan Surakarta)*. Diakses dari :

<http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=496861>

Fachrudin, Andi, 2016, *Manajemen Pertelevisian Modern*, Edisi 1, Yogyakarta:

Andi Offset. Diakses dari :

<https://books.google.co.id/books?id=pCw3DgAAQBAJ&pg=PR2&dq=Fachrudin,+Andi,+2016,+Manajemen+Pertelevisian+Modern,+Edisi+1,+Yogyakarta:+Andi+Offset.&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiIlPLCvpXfAhUKSI8KHXRGDx4Q6AEIKTAA#v=onepage&q=Fachrudin%2C%20Andi%2C%202016%2C%20Manajemen%20Pertelevisian%20Modern%2C%20Edisi%201%2C%20Yogyakarta%3A%20Andi%20Offset.&f=false>

Febiana. D. dkk. 2014. “*Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada pengunjung yang melakukan pembelian pada Biker’s dan Café di Kota Malang)*”. Diakses dari :

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/671>

Fitriah, Maria, 2018, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Deepublish. Diakses dari :

<https://books.google.co.id/books?id=-uZjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Maria+Fitriah%22&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjUsJmGupXfAhUOR48KHfRBD-QQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false>

Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* “. Semarang : UNDIP.

Hidayat, Asep Taufik, 2012, *Hubungan Antara Atribut Produk dengan Minat Beli Konsumen*. Diakses dari :
<http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1241/pdf>

Khuong, Mai Ngoc and Truong Duc Nguyen, *The Effects of Television Commercials on Customers Purchase Intention – A Study of Milk Industry in Ho Chi Minh City, Vietnam*. Diakses dari :
<http://www.joebm.com/papers/297-BM00002.pdf>

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.

Morrison, M.A, 2015, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Pertama, Cetakan Ke-4, Jakarta: Prenamedia Group. Diakses dari :
[https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=isbn:6028730181&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwi926-
iu5XfAhXSV30KHSJzBkkQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=isbn:6028730181&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwi926-
iu5XfAhXSV30KHSJzBkkQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false)

Muhammad Harun Mursyid Al-Amin. 2013. *Analisis Pengaruh Kekuatan Iklan Mobil Honda Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Semarang*. Diakses dari : <http://eprints.dinus.ac.id/8513/>

Nashir, Muhammad Abu, 2018, *Pengaruh Iklan Televisi Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)*, Diakses dari :

<http://etheses.uin-malang.ac.id/12228/>

Nugroho, Andromedha Wisnu, 2013, *Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha Di Semarang*. Diakses dari : <http://eprints.dinus.ac.id/8615/>

Peter Wijaya. 2015. *Pengaruh Pesan Iklan, Keterlibatan Iklan, Kredibilitas, Dan Kecocokan Endorser Pada Minat Beli Melalui Sikap Konsumen*. Diakses dari : <http://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/4382>

Rachman, Fabian, Riskon Ginting dan Hafniza Amir 2015, *Pengaruh Stimulus Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Baru Jenis Fashion yang Dipasarkan di Forum Jual Beli Kaskus*. Diakses dari : <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/viewFile/693/415>

Sufa, Faela, dan Bambang Munas. 2012, *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang)*, Diponegoro Journal Of Management Volume 1 , Nomor 1 , Tahun 2012. Diakses dari : <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>

Sukmana, Luis Nanda, 2017, *Pengaruh efektifitas iklan televise, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda*. Diakses dari : <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/2477>

Susetyarsi, *Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skuter Matik Yamaha Merek Mio Fino Di Kota Semarang*. Diakses dari : <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/142>

Syarif, Handi Ahmad, 2016, *Pengaruh Kualitas Pesan, Daya Tarik, Frekuensi Penayangan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Indomie*. Diakses dari :
<http://eprints.ums.ac.id/45602/44/Naskah%20Publikasi.pdf>

Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang

www.cnnindonesia.com

www.gaikindo.or.id

