

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, E., & Erdinaya, L. K. (2004). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: simbiosis. Rekatama Media.
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Hendraningrat, D. K., & Setiawan, D. (2017). *Roadmap Broadband Indonesia Menuju Era Teknologi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan, edisi ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. (1996). *Manajemen Periklanan dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PAU – Ekonomi UI.
- _____ (2007). *Manajemen Periklanan dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PAU – Ekonomi UI.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lee , M., & Johnson, C. (2004). *Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global*. Jakarta: prenatal.
- Liliweri, A. (1992). *Dasar-dasar periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noegroho, A. (2010). *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, .* Jakarta: Erlangga.

Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2006). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____ (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wells, W., Burnet, J., & Moriarty, S. (2000). *Advertising: Principles and Practice*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.

Indrakusumah, F. (2016). *Statistika: Universitas Garut Fakultas Komunikasi*. Garut: Tidak di Terbitkan.

Skripsi & Jurnal:

Lestari, Tirta. (2015). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang.

Nurbani, Putri Aulia. (2016). *Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Bukalapak Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Wicaksono, Mohammad Pambudi Ary dan Seminari, Ni Ketut. (2016). *Pengaruh iklan dan word of mouth terhadap brand awareness traveloka*. Universitas Udaya. Bali.

A, Klinton M. (2016). *Iklan Di Televisi Dan Brand awareness (Studi Korelasional Tentang Terpaan Iklan L-Men Di Televisi Terhadap Bran Awareness Pada Anggota Klub Celebrity Fitness Sun Plaza Medan)*. Universitas Sumatera Utara. Medan.

Situs Internet:

APJII. (2017). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved April 25, 2018, from APJII: <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>

Aruman, E. (2017, Juni 3). *Mengapa TV Masih Powerful?* Retrieved Juli 13, 2018, from Mix MarCom: <http://mix.co.id/headline/mengapa-tv-masih-powerful>

Bohang, F. K. (2018, Februari 22). *Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?* Retrieved April 25, 2018, from Kompas:

<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>

Lubis, M. (2017, September 13). *Belanja Iklan Tumbuh Perlahan*. Retrieved Desember 3, 2017, from nielsen.com: <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/BELANJA-IKLAN-TUMBUH-PERLAHAN.html>

R, J. I. (2015, Desember 1). *Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia*. Retrieved Desember 3, 2017, from liputan6.com: <http://tekno.liputan6.com/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>

Rahmawati, W. (2017, Oktober 27). *Ritel online gencar beriklan di televisi*. Retrieved Desember 10, 2017, from kontan.co.id: <http://industri.kontan.co.id/news/perusahaan-daring-gencar-beriklan-di-televisi>

Shopee. (2018). *Shopee: Visi dan Misi E-commerce Shopee*. Retrieved April 25, 2018, from visimisi95: <https://visimisi95.blogspot.com/2018/03/shopee-visi-dan-misi-e-commerce-shopee.html>

<https://shopee.co.id/>

Akademik Fikom Uniga:

BAA Fikom Uniga 2018 – Data mahasiswa angkatan 2016