

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Babin, Zikmund. 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran. Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Salemba Empat
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gregorius, Chandra. 2005. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kotler, P., and K.L. Keller 2012. *Marketing Management, 14th Edition*. United States: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Edisi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Poerwandari, E. K. 2007. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: LPSP3 UI
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Jurnal dan Skripsi:

Karunia, Mita. 2017. *AISAS Model Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pemilihan Transportasi Online Go-Jek Oleh Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*". Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, S1 Ilmu Komunikasi Kota Yogyakarta.

Kudeshia, C., & Kumar, A. 2017. *Social eWOM: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? Management Research Review*, 40(3), 310–330. <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2015-0161>. Diakses 11 Agustus 2019

Li dan Yu , 2013. *An Innovative Marketing Model Based on AIDA: - A Case from E- bank Campus-marketing*. China Construction Bank.

Nandita, P. 2004. *Hubungan Iklan TV Menggunakan Pendekatan Humor dengan Kesadaran Konsumen Terhadap Merek (Brand Awareness)*. Universitas Islam Bandung, S1 Ilmu Komunikasi Kota Bandung.

Patrick, E. Indira, N. 2016. “*Analisis Level Respon Konsumen Terhadap Video Advertising Coca-Cola Versi Rayakan Namamu Di Youtube*. E-Proceeding of Management : Vol.3, No.3 December 2016 | Page 3968. ISSN : 2355-9357

Prasetyo, H. Rachmawati, I. 2016. *Analisis Aisas (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia*. E-Proceeding of Management : Vol.3, No.3 December 2016 | Page 2765. ISSN : 2355-9357

Rawal, Priyanka, 2013. *AIDA Marketing Communication Model: Stimulating a purchase decision in the minds of the consumers through a linear progression of steps*. IRC’s International of Multidisciplinary Research in Social & Management Sciences.

Riansyah, O. 2012. *Efektivitas Penggunaan Humor pada Iklan (Studi Korelasional Mengenai Efektivitas Penggunaan Humor pada Iklan Kartu AS Versi "Sule, Ozo, dan Widy di dalam Kereta Api" dalam Membentuk Brand Image di Kalangan Siswa/Siswi SMA Mardi Lestari Medan)*. Universitas Sumatera Utara, S1 Ilmu Komunikasi Kota Medan, | Diunduh dari <https://www.e-jurnal.com/2014/05/efektifitas-penggunaan-humor-pada-iklan.html>

Tan, R., Zhenji Zhang, Xiaolan Guan, Lida Wang. 2014. *A Study of Short-term Effect Measurement for Information Publication in Government Microblog*. International Journal of Hybrid Information Technology, Vol. 7, No. 1, p. 58.

Wicaksono, A. Rachmawati, I. Prabowo, F. 2015. *Analisis Aisas (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Penonton Iklan Line Versi Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 2014 Pada Youtube Di Indonesia*. E-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015 | Page 2488. ISSN : 2355-9357

Wirawan, Wisnu., Hapsari, Dona. 2016. *Analisis Aisas Model Terhadap Product Placement Dalam Film Indonesia Studi Kasus: Brand Kuliner Di Film Ada Apa Dengan Cinta 2*. Jurnal Rekam, Vol. 12 No. 2.

Internet:

Firmansyah, Haris, 2017. *Sejarah Tiket.com Hingga Kini*. <https://www.ilmu.com/sejarah-tiket-com-hingga-kini/>, diakses pada 13 Agustus 2019.

Nielsen. 2014. *The Nielsen Global Survey of E-Commerce*. <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>, diakses pada 11 Agustus 2019.

<https://www.tiket.com/faq/umum> diakses pada 11 Agustus 2019

<https://www.similarweb.com/> diakses pada 11 Agustus 2019

<https://www.alexacom> diakses pada 13 Agustus 2019

<https://www.hitsss.com/6-website-travel-pilihan-bagi-kamu-pencinta-travelling-mana-favoritmu/3/> diakses pada 13 Agustus 2019