

DAFTAR PUSTAKA

I. BUKU

- Alma, Buchari. (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saefuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badjuri, Adi. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Belch, George E dan Michael A. Belch. (2004). *Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Burhan, Bungin. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Data Internal.(2014).ANTV.
- Data Internal.(2015).ANTV.
- Day, Mila. (2004). *Buku Pinter Televisi*. Jakarta: Trilogos Library.
- Eastman, Susan Tyler, et al. (2006). *Media Promotion and Marketing for Broadcasting, Cable, and the Internet*. UK: Elsevier.
- Herdiansyah, Haris, M.Si. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Humanika.
- Hughes, Chris, dan Fill, Chris. (2008). *THE OFFICIAL CIM COURSEBOOK: Marketing Communications*, Oxford: The Chartered Institute of Marketing.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Jakarta: Prehallindo.

- Kotler, Philip, dan Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Jilid 1, Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Jilid 1, Erlangga.
- Latief, Rahman, dan Utud, Yusiatie. (2015). *Siaran Televisi Indonesia Nondrama (Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lazuardi, Prima. (2015). *Dalam sesi wawancara di ANTV Epicentrum Studio Complex*. 7 May: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan, M.A. (2009). *Manajamein Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurudin. (2004). *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: Rosdakarya.
- Royan, Frans M.(2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saladin, Djaslim. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Saladin, Djaslim. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.

Susilana, Rudi dan Riyana, Cepi. (2009). *Media Pembelajaran: Hakikat: Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian*. Bandung: CV Wacana Prima.

Sutisno, P.C.S. (1993). *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: PT Grasindo.

Swastha, Basu dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Swastha, Basu dan Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Swasta Basu dan Sukotjo, Ibnu. (2000). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publising.

Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama.

Vollmer, Christopher dan Precourt, Geoffrey. (2008). *Always on: Advertising, Marketing, and Media in an Era of Consumer Control*. New York: McGraw Hill.

Zeithaml, Valarie A. dan Mary Jo Bitner. (2001). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Boston: McGraw-Hill.

II. LAPORAN PENELITIAN

Aprilia. Rulianna. (2009). *Pengaruh Persepsi Pada Endorser Terhadap Sikap Pada Merek (Studi Eksperimen pada Iklan Ponds's White Beauty Versi Bunga Citra*

- Lestari da Iklan Pond's White Beauty Versi Photoitygraphy Taking Picture di Jakarta*). Depok: Universitas Indonesia.
- Caniggia, Andreina. (2012). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Studi Kasus Perpustakaan Umum Freedom*. Depok: Universitas Indonesia.
- Kusumowardhani, Yuliandri Putri. (2012). *Pengaruh Celebrity Endorer Dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Keputusan Menonton Konsumen*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nurnaini, Sari. (2009). *Komunikasi Pemasaran Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Wisata "Taman Pintar" Yogyakarta Dalam Membedik Wisatawan Domestik*. Surakarta Universitas Sebelas Maret.
- Ramadhan, Rezqi Fajri. (2012). *Pengaruh Pesan Iklan Pada Media Cetak Dan Endorser Selebriti Terhadap Citra Merek Produk Operator Telepon Seluler Gsm Prabayar Di Jakarta: Tugas Akhir Pada Universitas Bakrie: tidak diterbitkan*.
- Sopiawati, Mira. (2010). *KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PERILAKU PEMBELIAN (Studi Korelasi Antara Persepsi Konsumen Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Telkomsel Flash Unlimited Corporate Di Kalangan Dosen Universitas Sebelas Maret Surakarta Periode Januari-Maret 2010*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Sudarti, Ken. (2012). *Peran Endorser Selebriti Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.
- Sulistya, Dwi Mei. (2009). *Peran Kredibilitas Endorser Terhadap Citra Brand Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Kredibilitas Endorser Reds WarungMerchandise dengan Pemain Persiba Bantul pada Seri Print Ad*

Facebook “Mereka Juga Kita” terhadap Citra Online Shop Reds Warung Merchandise). Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Setiawan, Rio. (2011). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser, Media Iklan Televisi Dan Pesan Iklan Televisi Terhadap Efektifitas Iklan Serta Dampaknya Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Pada Program Periklanan Produk Indosat IM3(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Jakarta)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Virdha, Kisbandi. (2010). *Film Televisi dan Kesenjangan Kepuasan (Studi Tentang Kesenjangan Kepuasan Menyaksikan Film Televisi di SCTV dan Sinema Siang di RCTI Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2007-2009 Melalui Pendekatan Uses And Gratification)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Zahroh, Fatimatuz. (2013). *Dampak Televisi Terhadap Perilaku Anak Sekolah (Studi Kasus di MTS Muhammadiyah Al-Manar, Desa Kenduren, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

III. JURNAL

Hapsari, A.P. (2008), Analisis perbandingan penggunaan Celebrity Endorser dan Typical- Person Endorser Iklan Televisi dan Hubungannya Dengan IklanProduk. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol.IX, No.1, pp.1-17.

Liu, M.T., Huang, Y.Y., dan Minghua, J. (2007), Relations Among Attractiveness of Endorser, Match-Up, and Purchase Intention in Sport Marketing in China. *Journal of Consumer Marketing*, 24/6 2007,pp. 358-365.

Soesatyo, Natalia dan Rumambi, Leonid Julivan, S.E, M.M. (2013). *Analisa Credibility Celebrity Endorser Model : Sikap Audience Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli “ Top Coffee”* . Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-12.

Sliburyte, L., (2009). *How Celebrities Can Be Used In Advertising To The Best Advantage. World Academy of Science, Engineering and Technology* 58

IV. ARTIKEL INTERNET

Inforesmi. (2014). *Biodata Shaheer Sheikh Arjuna di Mahabarata*, <http://inforesmi.com/biodata-shaheer-sheikh-arjuna-di-mahabarata/>. [diakses 6 Desember 2015].

Kapanlagi, (2015). *Budget Fantastis 'Cinta Di Langit Taj Mahal' Bukan Sinetron Biasa*. <http://www.kapanlagi.com/showbiz/sinetron/budget-fantastis-cinta-di-langit-taj-mahal-bukan-sinetron-biasa-92e954.html>. [diakses 19 November 2015].

Memobee. (2014). *Serial Drama India di Indonesia Sepanjang 2014*. <http://www.memobee.com/menjamurnya-serial-drama-india-di-indonesia-sepanjang-2014-2436-myreview.html>. [diakses 17 Agustus 2015].

Merdeka. (2014). *Serial Kolosal Hindustan Banjiri Layar Kaca Indonesia*. <http://www.merdeka.com/peristiwa/serial-kolosal-hindustan-banjiri-layar-kaca-indonesia.html>. [diakses 17 Agustus 2015].

Rayendra, Panditio. (2014). *Mengapa Hanya ANTV Yang Sukses Menayangkan Serial India*. <http://www.tabloiddibintang.com/articles/extra/lensa/16295-mengapa-hanya-antv-yang-sukses-menayangkan-serial-india>. [diakses 29 Agustus 2015].

- Rayendra, Panditio. (2015). *Rating Episode Perdana Cinta di Langit Taj Mahal Langsung 3 Besar*. <http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/22972-rating-episode-perdana-cinta-di-langit-taj-mahal-langsung-3-besar>. [diakses 19 November 2015].
- Smeaker. (2015). *Akhir Tragis Kedua Ibu Jadi Penghujung Sinetron Shaheer Sheikh dan Nabla Syakieb Dalam “Cinta di Langit Taj Mahal”!*. <http://smeaker.com/hiburan/19668/akhir-tragis-kedua-ibu-jadi-penghujung-sinetron-shaheer-sheikh-dan-nabla-syakieb-dalam-cinta-di-langit-taj-mahal/>. [diakses 28 November 2015].
- Wartainfo. (2014). *5 Serial Drama India Paling Populer di Indonesia Saat Ini*. <http://www.wartainfo.com/2014/07/5-serial-drama-india-paling-populer-di.html#>. [diakses 18 Agustus 2015].
- Wijaya, Pandasurya. (2014). *Shaheer Sheikh, Arjuna Muslim dari India*. <http://www.merdeka.com/dunia/shaheer-sheikh-arjuna-muslim-dari-india.html>. [diakses 6 Desember 2015].
- Wiyanti, Sri. (2014). *Mahabharata Sukses, Stasiun TV Berlomba Tayangkan Serial India*. <http://www.merdeka.com/peristiwa/mahabharata-sukses-stasiun-tv-berlomba-tayangkan-serial-india.html>. [diakses 29 Agustus 2015].
- Wowkeren. (2015). *Shaheer Seikh Jadi Dua di Episode Perdana ‘Cinta di Langit Taj Mahal 2’*. <http://www.wowkeren.com/berita/tampil/00090737.html>. [diakses 28 November 2015].