

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2010). *Marketing Research 9 Edition*. Danvers: John Wiley & Sons.
- Abdurahman, M., Muhidin, S. A., & Somantri, A. (2011). *Dasar-dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Adrian, S. W. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan YouTube Ramayana Ramadan 2017 Versi Bahagiannya adalah Bahagiaku Terhadap Kesadaran Merek. *Skripsi*.
- Andini, L. P. (2016). Pengaruh Persepsi Celebrity Endorse Dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Wardah Dikalngan Mahasiswi Uin Maliki Malang. *Skripsi*, 18-19.
- Arifin, Z. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Lentera Cendikia.
- Bangun, B. T. (2016). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness. *Skripsi*.
- Belch, G. M. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Chan, A., Maharani, M., & Tresna, P. W. (2017). Comparison Of User Experience On Go-Jek And Grab Mobile Apps. *Jurnal AdBispreneur*, 164.
- Charissa, A. (2015). Hubungan Pesan Iklan Youtube Skippable Pre-Roll Video Jd.Id Dengan Brand Awareness Jd.Id. *Skripsi*.
- Cheppy, R. (2007). *Pedoman Pengembangan Media Video*. Jakarta: P3AI UPI.
- Dewi, N., Purnama, R., & Andari, R. (2013). Pengaruh Direct Mail dan Telemarketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Raka Tours. *Tourism and Hospitality Essentials Journal (THE Journal) Vol. III*, 633-648.
- Dirgantara, B. (2017). Pengaruh Unsur Budaya Tradisional Folklor dalam Iklan Indoeskrim Nusantara di Youtube terhadap Brand Awareness. *Skripsi*.
- Durianto, d. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen. Edisi kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Freddy, R. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Google. (2019, Agustus 6). *Pusat Bantuan Mengelola Iklan*. Retrieved from Bantuan Google Ads: <https://support.google.com/google-ads/answer/2404253?hl=id>
- Hakim, B. (2006). *Dasar-dasar Kreatif Periklanan Lantaran Tapi Relevan*. Yogyakarta: PT. Galang Press Media.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- HeroSoftMedia. (2019, Agustus 6). *YouTube Ads*. Retrieved from www.herosoftmedia.co.id: <https://www.herosoftmedia.co.id/jasa-iklan-youtube/>
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Junaidi. (2015). Memahami Skala-Skala Pengukuran. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi*, 1-4.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Global Edition 14e Edition*. New Jersey: Pearson Higher Education.
- Laudon, K. C. (2009). *Management Information Systems: International Edition, 11/E*. Pearson Higher Education.
- Matsunaga, M. (2010). How to factor-analyze your data right: do's, don'ts and how-to's. . *International journal of psychological research*, 97-110.
- Nistanto, R. K. (2015, Oktober 20). *Indonesia, Penonton YouTube Terbesar se-Asia Pasifik*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2015/10/20/17315317/Indonesia.Penonton.YouTube.Terbesar.se-Asia.Pasifik>
- Prasetya, D. D. (2013). Mobile Apps. In D. D. Prasetya, *Membuat Aplikasi SmartPhone Multiplatform* (p. 1). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Priyanto, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: GAVAMEDIA.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business (Metode Penelitian untuk Bisnis)*. Salemba Empat.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley dan Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *A Skill Building Approach, Sixth edition*. pp245.
- Shimp. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Strauss, J. &. (2013). *E-Marketing (7th Edition)*. Prentice Hall.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, C., Thoyib, A., & Permanasari, K. I. (2012). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan kartu seluler IM3 melalui Motivasi Konsumen. *Jurnal Aplikasi*, 98.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistic (5th ed)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Viswanathan, P. (2019, Februari 19). *What Is a Mobile Application?* Retrieved from Lifewire: <https://www.lifewire.com/what-is-a-mobile-application-2373354>
- Wahyuni, N. (2014, November 1). *Uji Validitas dan Reabilitas*. Retrieved from Binus University Quality Management Center: <http://qmc.binus.ac.id>
- Walmsley, A. (2007). *New Media: The Age of the Trialogue*. London: The Marketer.
- Widika, T. (2013, Agustus 7). *Sejarah Berdirinya YouTube*. Retrieved from Sejarah Dunia: <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/>
- Widyatama, R. (2015). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.
- YouTube for Press*. (2019). Retrieved from YouTube: <https://www.youtube.com/intl/en-GB/yt/about/press/>
- Zikmund, W., Babin, J., & Griffin, M. (2013). *Business Research Method*. South Western: Cengage Learning.