

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, M. B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Databoks. (2018, June 26). *Statistik: katadata.co.id*. Retrieved from katadata.co.id Website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/26/tingkat-kepemirsaaan-stasiun-televisi-siapa-unggul>
- Dehbini, N., Ahvanoei, E. R., & Doost, H. V. (2015). Impact of Sponsorship and Advertisement on Brand Equity and Customer Purchase Intention in Cultural and TV Programs. *International Research Journal of Management Sciences*. Vol., 3 (4), 141-147.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Hadiyati, E. (2016). Study of Marketing Mix and AIDA Model to Purchasing Online Product in Indonesia. *British Journal of Marketing Studies*, Vol. 4, No. 7, 49-62.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th ed*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Handoko, T. H., & Swastha, B. (2008). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Haryadi, T. (2016). Analisis Iklan Televisi Sampoerna Hijau Versi "Es Kacang Ijo" dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes. *JADECS*, 1-16.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Malhotra, N. (2007). *Marketing Research: an Applied Orientation, fifth edition*.

- New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Morissan, A. M. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2000). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 38 tahun 2000*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Rahajeng, E. (2015). Pengaruh Penerapan Kawasan Tanpa Rokok Terhadap Penurunan Proporsi Perokok di Provinsi DKI Jakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta dan Bali. *Jurnal Ekologi Kesehatan Vol. 14 No 3*, 238-249.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. USA: Pearson Education.
- Sekaran, U. (2009). *Research Methods from Business: Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shofaa, F., & Utami, M. A. (2017). Menyingkap Makna dan Tanda dalam Iklan Rokok A-Mild Versi "Hasrat": Sebuah Kajian Semiotika. *Jurnal Kajian Bahasa, Vol. 6, No. 2*, 180-197.
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Susilo, A. K., Fauzi, A., & Fanani, D. (2016). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 35 No. 2*, 1-10.
- Tariq, M. I., Humayon, A. A., Bhutta, M. H., & Danish, R. Q. (2014). Impact of Effective Advertisement on Brand Equity and Brand Switching Behavior; Study of Food and Beverages Industry in Emerging Market . *Research Journal of Recent Sciences*,

*ISSN 2277-2502 Vol. 3(6), 40-45.*

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yunus, U. (2016). Enhance the Brand Image Through Television Commercial (TVC): A Case Study "Create Your Chance" of Tokopedia.com and Apologizes of Bukalapak.com. *HUMANIORA Vol. 7 No. 4, 569-576*.