

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abullah, Ma'ruf(2016). Manajemen Komunikasi Periklanan, Yogyakarta: Aswaja.
- Belch, George, E & Belch, Michael, A (2009) *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective (Eighth Edition)*, New York: McGraw-Hill
- Charlesworth, Alan. (2014) *Digital Marketing A Practical Approach*, Oxon dan New York: Routledge.
- Devito, Joseph, A. (2011) Komunikasi Antarmanusia edisi kelima, Alih Bahasa Agus Maulana. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Egan, John (2015). *Marketing Communications (Second Edition)*, London : Sage Publisher.
- Hermawan, Agus (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip (2003). Manajemen Pemasaran jilid 1 (cet, ke-11), Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Kettler, Kevin, Lane (2008). Manajemen Pemasaran jilid 2(cet, ke-2), Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Armstrong Gary (2008). Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 (cet, ke-12), Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laudon, Kenneth, C & Traver, Carol, Guerico (2012) *E-Commerce 2012 Business. Technology. Society*, Harlow: Pearson Education Limited.
- Lister, Martin. Dovey, Jon. Giddings, Seth. Grant, Iain & Kelly, Kieran (2009) *New Media A Critical Introduction (Second Edition)*, New York: Routledge
- Moriarty, Sandra. Mitchell, Nancy & Wells, Willam (2009). *Advertising Principles & Practice (Eighth Edition)*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Morissan(2014). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Neoloka, Amos (2014). Metode Peneltian dan Statistik, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sangadji, Etta, Mamang & Sopiiah (2010). Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sangadji, Etta, Mamang & Sopiiah(2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sekaran, Uma (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis (buku ke-2,edisi ke-4), Jakarta: Salemba Empat.

- Shimp, Terrence, A (2010) *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (Eighth Edition)*, China : South Western-Cengage Learning
- Sudaryono(2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Suharsono & Dwiantara, Lukas (2013) *Komunkasi Bisnis*, Yogyakarta: CAPS.
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V, Wiratna (2015) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Umar, Husein(2013). *Metode Penelitian : Untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Rajawali.
- Vera, Nawiroh (2016). *Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Vivian, John(2008). *Teori Komunikasi Massa (edisi ke-8)*, Alih Bahasa Tri Wibowo B.S. Jakarta: Kencana.
- Wells, William. Moriarty, Sandra. Burnett, John & Lwin, May. (2007) *Advertising Principles and Effective IMC Practice*. Jurong: Pearson Pretince Hall.
- Widjajanto, Kenmada. (2013) *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ultimus

## **Jurnal**

- Akpan, Church S. Nwankpa, Nduka N. & Agu, Vivian O (2015) *Influence of Facebook Advertisement on the Buying Behaviour of Students of a Nigerian University*. <http://www.ijhssnet.com/>
- Ene, Selda & Ozkaya, Betul (2015) *The Role of Mobile Advetising on Consumers' Purchase Decision: A Research on Consumer Attitudes towards Mobile Advertising*. <http://www.ijhssnet.com/>
- Elisa & Firdaus, Yusrizal (2015) *Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Lifebouy (Studi Kasus Warga RT.48/10 8 Ilir, Ilir Timur II, Palembang)*. <https://ejournal.unsri.ac.id>
- Khandare, A.U. & Suryawishi, P.B (2016) *Studying the Impact of Internet Advetising on Consumer Buying Behavior*. <http://researchgate.net>
- Prasetyo, Deni, Dwi. Yulianto, Edy & Sunariti (2016) *Pengaruh Iklan secara Online terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkom Internet 4G LTE. )*. <https://media.neliti.com>

Putra, Hening, Ary & Suyono (2014) Pengaruh Iklan Online melalui Media Facebook terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.  
<http://journal.trunojoyo.ac.id>

### **Skripsi**

Janna, Miftahul (2016) Pengaruh Iklan Aqua terhadap Keputusan Membeli Masyarakat di Kompleks BTN Tritura-Antang Kota Makasar (Studi Iklan Televisi). <http://repositori.uin-alauddin.ac.id>

Sukamto, Shella, Meilita, Agata (2017) Pengaruh Iklan Melalui Youtube terhadap Minat Beli Sampo Pantene (Studi pada Mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013-2015).  
<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

Sumarno, Erick, Devry (2011) Pengaruh Iklan dan Cirta Merek Honda terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus: Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy pada Mahasiswa S1 UNAND).  
<http://repo.unand.ac.id>

### **Internet**

<http://www.capcom.co.jp/ir/english/> : situs resmi *investor relations* Capcom (diakses pada tanggal 11 Mei 2018)

<https://www.emarketer.com> : website mengenai data-data pemasaran (diakses pada tanggal 22 Maret 2018)

<https://www.facebook.com/groups/ps4ID/> : grup facebook dari komunitas PlayStation 4 Indonesia (dikases pada tanggal 30 Januari 2018)

<https://newzoo.com> : website mengenai data-data perusahaan (diakses pada tanggal 30 Januari 2018)

<https://www.statista.com> : website mengenai data-data perusahaan (diakses pada tanggal 10 Mei 2018)

<http://www.vgchartz.com/> : website mengenai berita dan data perihal game (diakses pada tanggal 24 Maret 2018)

<https://www.youtube.com> : situs media sharing video (diakses pada tanggal 30 Januari 2018)