

DAFTAR PUSTAKA

- Advertising (Principles and Effective IMC Practice) William Wells, Sandra Moriarty, John Burnett, May Lwin)
- Alifahmi, Drs. Hifni, M.Si. (2005). *Sinergi Integrasi Iklan, Komunikasi Public Relations, Pemasaran dan Promosi*. Bandung: Mizan Media Utama
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Azwar, Saifuddin. (2001). *Realibilitas dan Validitas. Edisi Ke-3*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Azwar, Saifuddin. (2003). *Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- A.Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga
- Blech.E dan A.Blech. (2009). *Advertising and Promotion*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi , Prof. Onong Uchjana Effendy, M.A. , 2003 (hal 41, Wilbur Schramm)
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press
- Kristianto, Drs. Paulus Lilik, Msi (2011). *Psikologi Pemasaran*. Jakarta: PT. Buku Seru Teori komunikasi massa , John Vivian , 2008 (hal 365, Procter & Gamble, Howard Morgens)
- Liliwari, Alo. (2004). *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Morissan, M.A.. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Notoatmojo, Soekidjo, 2003. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, PT Rineka Cipta
- Nugroho, J. Setiadi. SE., MM.. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Perilaku Konsumen , Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk , *Persepsi Konsumen* cetakan ketujuh (hal 136)

Perilaku Konsumen , Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M , 2013 , PT. Buku Seru.

Prijana. (2005). *Metode Sampling Terapan*. Bandung: Humaniora

Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Psikologi Komunikasi. Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Saladin, Djaslim dan Yenis Marty Desman. (2002). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Bandung: CV Linda Karya

Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba

Simamora. (2002). *Panduat Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono, Prof. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, Prof. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sutisna, (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung:PT Remaja Rosda Karya

Siregar, Ir. Syofian, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Zamroni, Mohammad. (2009). *Fisafat Komunikasi Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumber lain:

Majalah SWA November 2006

Tabloid Nova edisi Maret 2014 (diakses pada tanggal 22/06/15 pukul 08:00 WIB)

industri.kontan.co.id (diakses pada tanggal 10/06/15 pukul 15:00)

www.awesometrics.com/blog/kabar-gembira-untuk-kita-semua-mastin-jadi-perbincangan-artis-dan-walikota/ (diakses pada tanggal 10/06/15 pukul 17:43)

www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-pertumbuhan-belanja-iklan-berjalan-perlahan.html (diakses pada tanggal 9/4/15 pukul 11:30)

www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-pertumbuhan-belanja-iklan-berjalan-perlahan/ pada tanggal 10/06/15 pukul 17:06)

www.dukcapil.kemendagri.go.id (diakses pada 24/06/15 pukul 7:24 WIB)

id.techinasia.com (diakses pada tanggal 02/04/15 pukul 15:35 WIB)