

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alexander, Morissan.(2007).*Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*.Jakarta:Ramdina Prakarsa
- Belch, George E, Belch, Michael A. (2001). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perpective*. Edisi kedelapan, McGraw-Hill, New York.
- Cassady, Marsh. (1992). *The Art of Storytelling: Creative Ideas for Preparation and Performance*. America : Meriwether Pub.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank.(1997).*Periklanan*.Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, Edisi 15. England: Pearson Education
- Miller, Carolyn. (2014). *Digital Storytelling: a Creator Guide to Interactive Entertainment 3rd Edition*. New York: Focal Press.
- Riduwan. (2010). *Metode & Teknik Menyusun Tesis; Pengantar Prof. Dr. H. Buchari Alma*. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shimp Terence.(2003). *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta.

Sobur, Alex, 2014. *Komunikasi Naratif. Paradigma, Analisis dan Aplikasi*. Rosdakarya: Bandung.

Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. New York, United States: McGraw Hill Professional.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Kesepuluh. Bandung : Alfabeta.

Zikmund, William G., et al. (2010). *Business Research Methods (eighth edition)*. South Western, USA: Cengage Learning.

JURNAL NASIONAL

Kurnia Catur Wardani. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran UKM Adaideaja dalam Meningkatkan Penjualan Produk*. Sumber: www.jurnalkommas.com

Lia Puteri Astama, Yelli Eka Sumadhinata. (2014). *Analisis Pengaruh Strategi Komunikasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Shooters Pool Tables*. Sumber: www.repository.widyatama.ac.id

Myra Devina. (2016). *Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Pesan Iklan Televisi Coca Cola Versi "Rasakan Momennya"*. Sumber: www.petra.ac.id

Qoirul Anwar dan Saino. (2015). *Pengaruh Program Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Harian Kompas di Surabaya Selatan*. Sumber: ejournal.unesa.ac.id

Yohana F. Cahya Palupi Meilani dan Sahat Simanjuntak. (2012). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah kabupaten Tangerang*. Sumber: www.jurnalmanajemen.petra.ac.id

JURNAL INTERNASIONAL

Anna Lundqvist, Veronica Liljander, Johanna Gummerus, Allard van Riel. (2012).

The impact of storytelling on the consumer brand experience: The case of a firm-originated story. Sumber: www.palgrave-journals.com

Madalina Moraru. (2013). *Advertising Campaign Storytelling for Different Product*

Categories. Sumber: www.academia.edu

Shamola Pramjeeth. (2014). *An Investigation into the Impact of the Storytelling*

Technique on Advertising Effectiveness in the South African Media Landscape. Sumber: www.researchgate.net

Yong-sook Lee, Woo-jin Shin. (2012). *Marketing tradition-bound product through*

storytelling: a case study of a Japanese sake brewery. Sumber: www.springerlink.com

Yong-sook Lee, Woo-jin Shin. (2015). *Brand storytelling: the case of coca-cola's*

journey corporate website. Sumber: www.springerlink.com

SKRIPSI

Adyatma Arifin. (2012). *Pengaruh Periklanan terhadap Keputusan Pembelian*

Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Kota Makassar. Sumber: www.repository.unhas.ac.id

Febby Swisstiani. (2014). *Pengaruh Persepsi Harga, Efektivitas Iklan Internet dan*

Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen Zalora. Sumber: www.eprints.uny.ac.id

Meika Alicia. (2013). *Analisis Kinerja Storytelling Terhadap Brand Equity Pada*

Produk Minuman Berkarbonasi Merek Coca Cola. Sumber: www.repository.upi.edu

Melissa. (2012). *Penggunaan Storytelling Dalam Proses Terjadinya Word of Mouth*

Pada Kampanye Produk Indomie Versi "Cerita Indomie". Sumber: www.ui.ac.id

Sani Budi Utami. (2013). *Pengaruh Iklan Sariayu di Televisi Terhadap Minat Beli*

Konsumen di Jakarta. Sumber: www.openlibrary.telkomuniversity.ac.id

Dokumen Perusahaan:

Laporan Tahunan (Annual Report) Hero Group 2014

Laporan Tahunan (Annual Report) Hero Group 2015

Website:

www.ikea.com/id

www.youtube.com

www.internetworldstats.com