

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- A.M, Morissan. 2014. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana
- Arifin, Zainal.2012. *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch & Belch. 2012. “*Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*” Mc Graw.Hill, New York.
- Deddy Mulyana, 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan. 2006. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2011). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4.Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. 2010. *Research Method for Business A. Skill Building Approach (5thEdition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga

- Soemanagara, Rd. 2008. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan Ujang, dkk. 2010. *Pemasaran Strategik: Perspektif Value – Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press.
- Tukiran, Taniredja & Hidayati Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, Tony. (2009). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya
- Zarella, Dan . 2010. *The Social Media Marketing Book*. Oreilly Media. USA.

Sumber Jurnal:

- Moch. Tito Listyadi. 2013. Hubungan Perilaku Menonton Video Jokowi- Ahok dengan Sikap Masyarakat Bandung: Universitas Telkom
- Yudha Adipratama. 2017. Pengaruh Video Advertising Traveloka Versi Kisah Tentang Apak Terhadap Respon Afektif Khalayak: Universitas Telkom

Skripsi:

- Desti Virgani. 2014. Pengaruh Konten Pesan Iklan Terhadap Sikap Konsumen (Studi Pada Short Message Service Telkomsel Di Kota Bandung Tahun 2014). Bandung: Universitas Telkom
- Ericho Prasetya Adi. 2016. Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Aqua "Versi Ada Aqua". Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Raditya Pradipta. 2013. Pengaruh Media Sosial Terhadap Respon Konsumen Axis di kota Bandung. Bandung: Universitas Telkom.
- Widya Atidhira Hutabarat. 2016. Pengaruh Pesan Iklan Versi Film Ada Apa Dengan Cinta Mini Drama terhadap penggunaan Fitur Find Alumni di Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Jurnal Nasional:

- Febe/ Dhyah Ayu Retno Widyastuti. 2013. Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan di Jejaring Sosial terhadap Minat Beli pada Perempuan. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Luthfi, Anung Prasetyo N., dan Retno Ayu Dewi N. 2015. Peran Pesan Iklan Sabun Kesehatan Dettol Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Kesehatan Dettol (Studi Pada Mahasiswi Akademi Kebidanan Wira Husada Nusantara Malang). Malang: Universitas Tribhuwana Tungadewi.

Peter Wijaya. 2015. Pengaruh Pesan Iklan, Keterlibatan Iklan, Kredibilitas, dan kecocokan endorse pada minat beli melalui sikap konsumen. Jakarta: Universitas Atma Jaya Jakarta.

Puji Lestari., Azis Fatoni, SE, MM., Leonardo Budi H, SE, MM., 2015. Pengaruh Pesan Iklan, Tema Iklan, Musik dan Bintang Iklan Terhadap Brand Image, dengan Intervening Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lux di Kelurahan Gedawang: Semarang

Jurnal Internasional:

Henry Boateng, Abednego Feehi Okoe. 2015. Consumer's attitude towards social media advertising and their behavioural response. University of OTAGO

Mohammed A. Nassar, Abdulaziz Al Zien. 2012. Effect of Television on advertising on children in the Middle East. University Mubarak Al-Abdullah Al- Jaber Kuwait.

Ronald E. Goldsmith, Barbara A. Lafferty. 2002. Consumer response to Web sites and their influence on advertising effectiveness. Uuniversity of South Florida.

Yoon Jin Ma, Hyun Hwa-Lee. 2014. Consumer responses toward online review manipulation. University of British Columbia.

Online:

Aditya Panji. (2014) Hasil Survey Pemakaian Internet Remaja Indonesia. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2017, dari <http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia>

Annisa Bella. (2017). Gempuran Kampanye Clean & Clear Untuk Anak Muda. Diakses pada 20 Oktober 2017, dari <http://marketeers.com/gempuran-kampanye-clean-clear-di-bulan-kemerdekaan/>

Brand Award (2017) TOP Brand for Teens Index. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2017, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2017

Clean & Clear Indonesia. (2017). Komentar Iklan 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda diakses pada 15 Oktober 2017 dari https://www.youtube.com/watch?v=_xL0_gkOFAw

Clean & Clear Indonesia. (2017). 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda diakses pada 15 Oktober 2017 dari https://www.youtube.com/watch?v=_xL0_gkOFAw

Ellavie Ichlasa Amalia (2016) Remaja Jauh Lebih Suka YouTube ketimbang TV. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2017, dari

<http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/gNQ6Qyab-remaja-jauh-lebih-suka-youtube-ketimbang-tv>

GarnierIndonesia. (2017). Cerahkan Kulitmu dengan Garnier Sakura White Foam, Diakses pada 02 November pukul 07.59 dari <https://www.youtube.com/watch?v=me1cFH1PkK8>

JOHNSON & JOHNSON INDONESIA, PT (2012). Diakses pada tanggal 12 Oktober 2017 dari <http://www.careers.jnj.com/indonesia/overview>

Nukman Luthfie. (2017) Era Media Sosial Berbasis Video. Diakses pada 03 November 2017, dari <http://www.sudutpandang.com/2017/02/2017-era-media-sosial-berbasis-video/>

PT Johnson & Johnson Indonesia (2015). Diakses pada 12 Oktober 2017 dari https://www.cleanandclear.co.id/produk?field_product_line_tid%5B%5D=37

PT Johnson & Johnson Indonesia (2015). Produk Clean & Clear. Diakses pada 12 Oktober 2017 dari https://www.cleanandclear.co.id/produk?field_product_line_tid%5B%5D=42&field_product_line_tid%5B%5D=37

Sinta Aristianti. (2016). Clean & Clear Natural Bright Diakses pada 12 Oktober 2017 dari <https://www.gadis.co.id/Info-Produk/clean-clear-natural-bright>