

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Shimp, Terence. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Abdullah, M. (2016). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdurrahman, D. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Efendi, A.J. (2015). *Dalam Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, A. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Limited Education.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era Media Sosial*. Bandung : Pustaka Setia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D* . Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, V., Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Penelitian Terdahulu

- Cahyani, L. (2018). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN VIA TV COMMERCE DAN IKLAN RADIO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI OLX. 3, 7.

- Dewi, P. M., & Trianasari, N. (2019). Efektivitas Iklan Youtube Teh Botol Sosro (studi Epic Model Pada Iklan Youtube “#hariuntukberbagi”). *eProceedings of Management*, 6(1).
- Ernestivita, G. (2016). ANALISIS EFEKTIVITAS TAGLINE IKLAN TELEVISI MINUMAN RINGAN TEH BOTOL SOSRO VERSI “APAPUN MAKANANNYA MINUMNYA TEH BOTOL SOSRO” DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI). 11.
- Kurnia, P. F. (2018). Analisis Efektivitas Iklan Produk IndiHome Melalui Meia Outdoor Dengan Menggunakan Epic Model. 7.
- Mutiara, N. A., & Hanifa, F. H. (2018). Efektivitas Iklan Pada Radio Play99ers Bandung Dengan Metode Customer Response Index (cri) (studi Kasus Pada Iklan Babakaran Cafe Cabang Buah Batu Bandung). *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Nur Hasanah, L. E. (2016). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. 99.
- Sahar, S. H. (2017). EFEKTIVITAS IKLAN PRUDENTIAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI). 14.
- Sylvia, M. (2017). Efektivitas Billboard dan Signboard sebagai Media Promosi Suroboyo Carnival Park. 12.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri. 8.
- Putri,P. (2016). Efektivitas Iklan TV Telkomsel 4G LTE Versi #Menjadiyangterbaik Bagi Relawan Bencana Pada Masyarakat Surabaya.

Website

Indihome. Diakses Februari, 24, 2019. <https://my-indihome.com/about-us/>.

<https://digitalreport.wearesocial.com/> (diakses pada 18 Februari, 2019)

<https://apjii.or.id/> (diakses pada 20 Februari 2019)

https://id.wikipedia.org/wiki/Telkom_Indonesia (diakses pada 20 Februari, 2019)

