

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., Najib, M., & Suharjo, B. (2016). PENGARUH PERSONALISASI IKLAN ONLINE TERHADAP SIKAP DAN MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VI(3), 367-386.
- Belch. G. E., & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Commmunication Perspective (8 ed.)*. Newyork: McGraw-Hill
- Divianta, D., (2021). Jadi Aplikasi Paling Populer di Masa PPKM, GoSend Gandeng Ariel Noah. <https://www.liputan6.com/regional/read/4667424/jadi-aplikasi-paling-populer-di-masa-ppkm-gosend-gandeng-ariel-noah>
- Firmansyah, M. A. (2022). *In Komunikasi Pemasaran (p. 362)*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. PENERBIT QIARA MEDIA. doi:ISBN: 978-623-7925-18-7
- Irawan, C. (2017). *Analisis Isi Brand Identity Traveloka Melalui Iklan Televisi*. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(2), 1-10
- Kennedy, M. S. (2016). *Extending Journal Reach with Social Media*. *Wiley Online Library*. doi:<https://doi.org/10.1111/j.11750-4910.2016.tb00216.x>
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurfitriyana. A. (2018). *Pengaruh Iklan Webseries "Samsung: Move On Trip!" Terhadap Respon Khalayak*. Telkom University
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rossiter, John R., & Larry Percy. (1987). *Advertising and Promotion Management*. New York: McGraw-Hill International Book Co.
- Shimp, A. T. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill.

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno Hadi, M. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wirawan, F. A. Wisnu, & Hapsari, Prima Dona. (2016). Analisis AISAS Model Terhadap Product Placement Dalam Film Indonesia (Studi Kasus: Brand Kuliner di Film Ada Apa Dengan Cinta 2). *REKAM*, 12(2), 69–81.
- Wuryasti. (2020). *APJII*. Retrieved Juli 2021. from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/>