

## Daftar Pustaka

### Buku

- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton, dkk. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan/frank jefkins; alih bahasa, Haris Menandar*, Jakarta: Erlangga.
- Khasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama graffiti.
- Komputer, Wahana. (2009). *Solusi Mudah dan Cepat Menguasai SPSS 17.0 untuk Pengolahan Data Statistik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi Ke-13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ppm.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuncoro, Mudrajad & Suhardjono. (2002). *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Lane Ronald, W. Karen Whitehill King & J. Thomas Russell. (2009). *Kleppener's Prosedur Periklanan*. Jakarta: Indeks.
- Lovelock H. Christopher & Wright K. Lauren (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih bahasa, Agus Widianoro: penyunting bahasa, Marianto Samosir. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang.
- Lee, Monle & Jhonson, Carla. (2007). *Prinsip-prinsip Periklanan dalam perspektif global*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, Prof, Dr. (2009). *Metode Penelitian Bisnis cetakan keempat belas*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. (2006). *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi/NUA*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Terrence A, Shimp. (2008). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

William L, Berret. (1996). *Periklanan yang efektif (Clever Advertising)*. Jakarta: PT Gramedia.

### **Skripsi**

Aldillah Novitika, Dina. (2011). *Analisis Efektivitas Iklan Media Televisi SIMPATI FREEDOM VERSI "SHERINA" Menggunakan EPIC MODEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa S-1 dan D-3 Institut Manajemen Telkom Bandung)*. Bandung: Institut Manajemen Telkom (IMT).

Atmaja, Bachtiar Sri Kusuma. (2006). *Analisis Efektivitas Iklan Media Televisi Djarum Super Mezzo Versi Berlari dan Melayang Menggunakan EPIC Model Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*. Malang: Universitas Brawijaya.

Ferdiansyah, Mufti. (2012). *Analisis Efektivitas Iklan Telkomsel AS versi "Testimoni Sule" menggunakan Epic Model Terhadap Brand Awardness (Studi Kasus pada Institut Manajemen Telkom)*. Bandung: Institut Manajemen Telkom.

Mukti Ramdani, Afrian. (2012). *Pengukuran Efektivitas Iklan Kartu Seluler AXIS di Media Televisi Dengan Pendekatan DRM dan EPIC MODEL*. Depok: Universitas Gunadarma.

Pratama, Candra. (2011). *Analisis Efektivitas Iklan Televisi XL Versi "Korban Ketagihan SMS" Dengan Pendekatan EPIC Model Di Kota Bandung*. Bandung: Institut Manajemen Telkom.

### **Jurnal Nasional**

Bram, Yudi Farola. *Analisis Efektivitas Iklan Sebagai Salah Satu strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT Rambang Dengan Menggunakan Metode EPIC Model*. Jurnal manajemen Bisnis Sriwijaya, Vol. 3, No. 6, Desember 2005.

Pardosi, Juliana Asima, Lina. (2008). *Analisis Perbedaan Sikap Mahasiswa STIE Musi Palembang Terhadap Iklan Untung Beliung Britama Ditinjau dari EPIC Model*. Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol.5 No. 1 pp.24 – 38.

Satria, Subianto Jimmy. *Efektivitas Iklan Media Televisi Djarum Super My Great Adventure Menggunakan EPIC Model Pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*. Jurnal Ekonomi Brawijaya, Vol.1 No.1, 2012.

Yet, Sian. *Analisis Efektivitas Iklan Sirup Markisa Dengan Pendekatan EPIC Model PT Maju Jaya Pohon Pinang pada Konsumen Swalayan Macan Yaohan Merak Jingga Medan*. Jurnal Ilmu Manajemen, Oktober 2012.

### **Jurnal Internasional**

Ben J Smith, Anne E Cust, Josephine Chau, Hidde P Van der Ploeg, Christine M Friedenreich, Bruce K Armstrong, Adrian Bauman. (2008). *Validitas dan Pengulangan dari Kuesioner Aktivitas EPIC pada Studi Validasi Menggunakan Akselerometer Sebagai Ukuran yang Obyektif*. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, Vol. 5 No. 33, 2 Juni 2008, hal. 5 – 33.

Nabilla, Siti. (2008). *Measuring advertisement effectiveness: A Study on Indonesia's Cigarette Brand*. *International Journal of Media Business Studies*, 2008, hal. 149.

Te'eni-Harari, Tali, Sam N. Lehman-Wilzig. (2009). *The importance of product involvement for predicting advertising effectiveness among young people*. *International Journal of Advertising*, Vol 28 No 2, 2009, hal. 203-229.

Wu, Shwu. (2001). *An experimental study on the relationship between consumer involvement and advertising effectiveness*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 13 Iss: 1, 2001 hal. 43 – 56.

### **Internet**

Direktori Artikel Dalam segala Kategori, Obonsai.com. (2011). *Ac-Nielsen ratings : Membeli Iklan Media pada Televisi Broadcast*. [online] <http://onbonsai.com/201105/ac-nielsen-ratings-membeli-iklan-media-pada-televisi-broadcast.htm> (12 April 2013)

Islahuddin. ( 9 Mei 2011). *Riset AC-Nielsen: Belanja Iklan Menilai Gaya Produsen Menggaet Konsumen*. [online] <http://qnoyzone.blogdetik.com/index.php/2011/05/09> [22 Februari 2013].

Jayalana, Galih. (2012). *Perkembangan Perbankan di Indonesia Tahun 1990 Sampai Sekarang*. [online] <http://jayanisti.blogspot.com/2012/03/perkembangan-perbankan-di-indonesia.html> [10 Maret 2013]

Pratigny, Irawati. (2011). *Belanja Iklan di Asia Tenggara Terus Meningkat*. [online] <http://www.popsurvey.net/berita-dan-opini/1-news/82-belanja-iklan-di-asia-tenggara-terus-meningkat> (3 April 2013)

Prihtiyani, Eni. (2011) *Belanja Iklan Di Indonesia Naik 24 Persen*. [online] <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/12/20/14342132/Belanja.Iklan.di.Indonesia.Naik.24.Persen> (20 Maret 2013)