

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Ardianto, Elvinaro & Komala, Lukiati. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Edisi Kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia
- Durianto, dkk. 2004. *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Jefkins, Frank. 1995/1997 *Periklanan Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Priansa, Donni Juni. 2011. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rd. Soemanegara. 2006. *Strategic Marketing Communications*. Bandung: Alfabeta
- Singarimbun, Masri & Effendi Sofian. 2006. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2009/2010/2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

JURNAL :

- Ary, Mohammad Pambudi dan Seminari, Ni Ketut. *Pengaruh Iklan dan Wourd of Mouth Terhadap Brand Awarness Traveloka*. Universitas Udayana. Bali.
- Dewi, Liliana dan Magdalena, Felicia. *Pengaruh Personal Selling dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awarness Bisnis Mahasiswa Universitas Ciputra*. Universitas Ciputra. Surabaya
- Frisnawati, Awaliya. *Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial Pada Remaja*
- Ihsan, Masykur. 2016. *Pengaruh Terpaan Media Internet Dan pola Pergaulan Terhadap Karakter Peserta Didik*. Vol 10.
- Kurnia, Novi. 2005. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*. Terakreditasi dirjen Dikti 5K No. 56/Dikti/Kep.

- Launa, Luna. *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Axis Versi “Pake Sedikit Dijamin Gratisnya Banyak” Terhadap Brand Awareness di Kalangan Mahasiswa Bandung.*
- Purnomo, Zhendy Valentina. *Product Placement: Film, Program Televisi, Videogame, atau Musik.*
- Thaib, Erwin Jusuf. *Studi Dakwah dan Media Dalam Perspektif Uses and Gratification Theory.*
- Whiting Anita & Williams Dvid, 2013. *Why People Use Social Media: A Uses and Gratification Approach. Collage of Business, Clayton State University, Morrow, Georgia, USA, and Departement of marketing, Berry College, Mount Berry, Georgia, USA*
- Yuniar, Gita Satya dan Nurwidawati, Desi. *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP N 26 Surabaya.*

SKRIPSI :

- Fitriana, Annisa Noor 2018. *Efektivitas Iklan Pada Media Web Series ‘Sore : Istri Dari Masa Depan’ Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tropicana Slim Stevia Pada Penonton Web Series ‘Sore : Istri Dari Masa Depan’.* Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta

SUMBER LAIN :

- Rizaldy Febriyansy, 2019 <http://www.geti.id/read/439/PAMER-BRAND-VALUE-ALA-TROPICANA-SLIM> di akses pada 21 Maret 2020
- Michael Erlangga, 2014 <https://dailysocial.id/post/tren-web-series-indonesia-semakin-kreatif> di akses pada 5 Januari 2020
- Helmy Satria, 2019 <https://helmysatria.com/web-series-janji/> di akses pada 5 Februari 2020
- <http://www.tropicanaslim.com/> di akses pada 21 maret 2020
- <https://www.tropicanaslim.com/products/> di akses pada 21 maret 2020
- <https://www.tropicanaslim.com/our-story/> di akses pada 21 maret 2020