

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Bungin, Burhan. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Davis, Keith dan Newstrom, Jhon W. (2000). *Perilaku Dalam Organisasi. Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Devito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jalaludin, Rakhmat. (2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow*. English: Pearson Education Inc.
- Kotler, Amstrong (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, dialih bahasa oleh Benjamin Molan*, Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kelima Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Prasetijo, Ristiyanti. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen, Cetakan Keempat, dialihbahasakan oleh Zoekifli Kasip*, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Setiadi, Nugroho J. (2003), *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Sutisna. (2001). *Manajemen Pemasaran: Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi ke dua*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Toha, Miftah. (2003). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wood, Julia T. (2006). *Communication in Our Lives, fourth edition*. Australia: Thomson Wadsworth.

Jurnal

- Hassanah, Safira Zora., Sjucho, Dian Wardiana., & Mahameruaji, Jimi Narotama. (2019). *Di balik Branded Web Series kategori drama fiksi karya Yandy Laurens*. *ProTVF*, 3(2), 126. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Indasari, Iin. (2014). *Hubungan Brand Image Dengan Loyalitas Pelanggan Ice Cream Magnum Di Giant Pondok Candra Sidoarjo*. Universitas Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Pratiwi, Made Suci, dkk. (2014). *Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk Dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho Di Singaraja*. Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen (Volume 2).
- Putri, Dhian Riskiana. (2010). *Peran Dukungan Sosial Dan Kecerdasan Emosi Terhadap Kesejahteraan Subjektif Pada Remaja Awal*. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kusuma Husada, Surakarta.

- Ribka, Ancilla. (2017). *Menentukan Komunikasi Hard Selling atau Soft Selling Untuk Sebuah Campaign*. dewina-journal.foutap.com (Diakses 2 Maret 2020)
- Seon, Kwon Eun. (2012). *Exploring Consumers' Attitudes and Behavior toward Product Placement in Television Shows*. Syracuse University.
- Setiawan. (2007). *Analisis Pengaruh Kegiatan Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Pada Customer*. Jurnal. Usahawan. No. 4 h 1-3
- Soba, Mustafa., & Aydin, Mufit. (2013). *Product placement efficiency in marketing communication strategy*. *International Journal of Business and Management*, 8(12), 111. Canadian Center of Science and Education.
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, & Ginanjar Indra K.N. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol.3 No. 1.

Skripsi

- Alfian, B. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman*. Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin
- Amrullah, Muhammad Fajar. (2019). *Web Series Sebagai Sarana Promosi Toyota Indonesia (Analisis Semiotika Web Series "Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode")*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung.
- Anzani, Wilda Aulia. (2018). *Web Series Sore Sebagai Media Baru Kampanye Digital Hidup Sehat*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Baskoro, Adhi. (2010). *Persepsi Audiens Terhadap Brand Placement Dalam Media Film (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Audiens Terhadap Brand Placement Sony Ericsson Dalam Film James Bond Casino Royale)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Hafdrian, Desky (2017). *Pengaruh Menonton Program Ikon Kuliner Nusantara di Trans TV Terhadap Kreativitas Memasak Ibu Rumah Tangga Desa Gunung Bungsu Kec. XIII Koto Kampar*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Heriyanto, Heriyanto (2014). *Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Gunungkidul DIY*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Novitasari, Dewi. (2017). *Pengaruh Corporate Image, User Image, Dan Product Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran*. Institut Agama Islam Negeri, Salatiga.
- Nugraha, Rendy Aris (2018). *Efektivitas Iklan Dengan Metode AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Raden Intan, Lampung.
- Nursatyo, Nursatyo & Rosliani, Dini. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.Com. Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 46*. Universitas Nasional, Jakarta.
- Permitasari, Nadiyah. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Produk Kecantikan Prosumer BLP Beauty*. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Sangkoyo, Lamartin Wisnu. (2015). *Product Placement dalam Film (Studi Tentang Persepsi Anggota Kine Klub FISIP UNS Terhadap Product Placement Snack Tao Kae Noi dalam Film The Billionaire)*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Sarah, Niken Aulia. (2017). *Analisis Sikap Audience Terhadap Product Placement Samsung Dalam Drama "Angry Mom"*. Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.
- Saraswati, Laurensia Irma. (2014). *Prototipe Web Series "Untung Si Bejo"*. Ilmu komunikasi, Universitas Indonesia, Depok.
- Werung, Maria Yuliani. (2015). *Persepsi Audiens Terhadap Tayangan D'Academy Indosiar di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kecamatan Sungai Pinang*. Universitas Mulawarman, Kalimantan Timur.

Website

- Alif.id. (2019) *Nanti Kita Tetap Bercerita*. Alif.id (Diakses 30 Maret 2020).
- Bisnis.com. (2019). *Iklan Youtube Terfavorit di Indonesia Periode Juli – Desember 2019*. Lifestyle.bisnis.com (diakses pada 22 Juli 2020).
- Carmudi.co.id. (2018). *Merek Mobil Terlaris di Dunia Selama 2018, Posisi Atas Dihuni Toyota* (diakses 22 Juli 2020).
- Inews.com. (2019). *Daftar Penjualan Mobil Pada Tahun 2017 – 2018* (diakses pada 22 Juli 2020).

Merdeka.com. (2015). *Ternyata ini makna dari logo Toyota, keren!* (diakses 19 Juli 2020)

Toyota.astra.co.id. (2003). *Corporate Information* (diakses 18 Juli 2020)

Tribunnews.com. (2017). *TAM Telah Hadirkan Lebih dari 300 Outlet Resmi Toyota* (diakses 20 Juli 2020).