

Daftar Pustaka

BUKU :

- A, Shrimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga
- Bungin, Burhan, 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* : CV. Alfabeta, Bandung.
- Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Grasindo, Jakarta.
- Sugiyono, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2008, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana, (2003), *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan, dkk, 2010, *Teori Komunikasi Massa*, Bogor : Ghalia Indonesia
- Suryabrata, Sumadi, 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- West, Richard and Turner, Lynn H. 2007. *Introducing Communication Theory analysis and Application*. Boston: Mc Graw Hill.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Narbuko, Cholid & Achmadi, Abu. 2005. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Shrimp, Terence A, 2003, *Periklanan Promosi dan Aspek tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5 jilid 1. Jakarta: Erlangga.

INTERNET :

<https://www.boc.web.id/seo-untuk-youtube-agar-rangking-di-google/>

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

<https://marketing.co.id/kampanye-iklan-tokopedia-terbaru-garapan-flock-bawa-pesan-penting-bagi-pemuda-indonesia/>

<https://www.google.com/amp/s/jogja.tribunnews.com/amp/2019/02/19/angka-pengangguran-di-diy-alami-peningkatan>

<https://www.ayosemarang.com/read/2018/12/10/37577/ke-mana-startup-akan-berkembang>

JURNAL :

Wijaya, Andy Kurniawan. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness Instagram @jimshoney.surabaya (Studi Elaboration Likelihood Model)*. Universitas Brawijaya. SKR/FIS/2018/1028/051900177

Pambudi, Ardhika Setyo. 2017. *Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan Terhadap Brand Equity (Studi Pada Iklan Oppo Smartphone Versi Raisa dan Isyana Dengan Menggunakan Teori Elaboration Likelihood Model)*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya. SKR/FIS/2017/860/051711193

Widiastuti, Tuti. *Analisis Elaboration Likelihood Model Dalam Pembentukan Personal Branding Ridwan Kamil di Twitter*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

SKRIPSI :

Luh Putu Ariestari Pradnyadewi, 2012, *Analisis pengaruh kredibilitas dan daya tarik Tyas Mirasih sebagai Celebrity endorser terhadap Minat beli konsumen wanita pada online shop di Instagram*, Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu politik. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Yogyakarta.

Bayu Indra Pratama, 2016, *Pengaruh Iklan Aqua versi Tagline AdaAQUA dalam pembentukan Beand Image yang berdampak pada keputusan pembelian*, Skripsi

tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Pandu Kuncoro, 2006, *Pengaruh iklan dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian jasa perguruan tinggi*, Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Galih Noviantoro, 2017, *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi*, Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Theresia Intan Widowati, 2014, *Pengaruh Kreativitas, Kualitas Pesan, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Pada Merek Melalui Efektivitas Iklan Sebagai Intervening Pada Iklan Merek A Mild “Go Ahead” Di Surabaya*. Tesis, Magister Manajemen (MM), Universitas Widya Mandala Surabaya