

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Rina., & Hasyim. 2009. Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran. (1st ed.). Jakarta : UIEU-University Press.
- Best, R. J. 2012. Market-Based Management. New Jersey: Pearson Education.
- Durianto, Darmadi. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Echdar, Saban. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ernestivita, Gesty. 2016. Analisis Efektivitas Tagline Iklan Televisi Minuman Ringan Teh Botol Sosro Versi “Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol Sosro” Dengan Menggunakan Metode Customer Response Index (CRI), Vol. IX No. 2 : 2016
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran, Edisi 1*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta : Andi Offset.
- [https://www.bphn.go.id/data/documents/ae tentang pengelolaan wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil.pdf](https://www.bphn.go.id/data/documents/ae_tentang_pengelolaan_wilayah_pesisir_dan_pulau-pulau_kecil.pdf) Diakses pada 03 Maret 2019
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/22/indonesia-memiliki-2000-startup> Diakses tanggal 05 Maret 2019
- <https://phinemo.com/biaya-promosi-online-travel-agent-di-tv/> Diakses tanggal 05 Maret 2019
- <https://www.startupranking.com/top/indonesia> Diakses tanggal 10 Maret 2019
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Traveloka> Diakses tanggal 08 Maret 2019

<https://blog.traveloka.com/tag/iklan-traveloka/> Diakses tanggal 05 Maret 2019

<http://www.adstensity.com/service/compare> Diakses tanggal 10 Maret 2019

<https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>
Diakses pada 15 Maret 2019

<https://marketeers.com/traveloka-gunakan-tvc-untuk-bangun-awareness/> Diakses
tanggal 05 April 2019

<https://phinemo.com/biaya-promosi-online-travel-agent-di-tv/> Diakses tanggal 05
April 2019

<https://press.traveloka.com/traveloka-ranked-popular-booking-application-among-millennials/> Diakses tanggal 09 April 2019

Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar – dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jefkins, Frank 1997. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga.

Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*.
Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan
2. Jakarta : Erlangga.

Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12.
Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2004. “*Dasar-dasar Pemasaran*”. Jakarta, PT.
Indeks.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*.
Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2002, “*Manajemen Pemasaran*”, *Pearson Education Asia*, Pte. Ltd dan PT. Prenhallindo, Indonesia.
- Kotler, Philip. diterjemahkan Hendre Teguh, Rony A, Rusli, dan Benyamin Molan. 2007. *Marketing Management, Millenium edition*, Jilid 1 dan 2. Jakarta : Prenhalindo.
- Moriarty, Sandra, Nancy, Mitchell, William, Wells. 2011. *Advertising. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mutiara, Nidia Ananda, Hanifa, Fanni H. 2018. Efektivitas Iklan Pada Radio Play99ers Bandung Dengan Metode *Customer Response Index*. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol.4. No.2: 296. 2018.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu 2*. Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun Masri, Effendi Sofian. 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Siyoto, S & Sodik, A. 2015. *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tania, Aiwan. 2013. Efektivitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan *Customer Response Index (CRI)* Pada Perempuan di Surabaya. *Jurnal E-komunikasi, Universitas Kristen Petra*. Vol. 1 No.2 : 2013.
- Thirsa, Octavianti. 2016. Efektivitas Iklan Televisi Bukalapak edisi “Gunakan Jarimu dan Jadilah Pahlawan di Bukalapak” pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-komunikasi, Universitas Kristen Petra*. Vol. 4 No.1 : 2016.
- Tjahjono, Patricia Putri. 2016. Efektivitas Iklan TV Telkomsel 4G LTE Versi #Menjadiyangterbaik Bagi Relawan Bencana Pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-komunikasi, Universitas Kristen Petra*. Vol. 4 No.1 : 2016.
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Widhiarso, W. (2011). *SKALO : Program Analisis Skala Guttman*. Program Komputer. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.