

DAFTAR PUSTAKA

- Tuckwell, Keith. (2008). *Integrated marketing communications: Strategic planning perspectives*. Canada: Pearson.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suhandang, K. (2016). *Manajemen Periklanan*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Margono. (2000). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandi. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Gross, Richard. (2013). *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Monle, Lee & Johnson, Carla. (2011). *Prinsip Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Rahmat, Kriyantono. (2010). *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Purwanto. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sabri, M. Alisuf. (2010). *Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Clow, K. E. dan Baack D. (2010). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jauhari, M. Faris. (2018). <https://infodigimarket.com/youtube-vs-tv/>. (Diakses pada tanggal 29 Mei 2023).
- CNN, Indonesia. (2022). <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210429163919-307-636548/peduli-lingkungan-sprite-ajak-daur-ulang-sampah-plastik>. (Diakses pada tanggal 18 September 2022).
- Azhari, Zemi. (2014). Jurnal Ilmu Komunikasi. *Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Dalam Iklan Sampoerna Versi “Orang Pemimpi” di Televisi*. 2 (3).
- Siu, E. (2014). *Looking For New Ways To Reach Customers? Try YouTube Advertising*. <http://www.forbes.com/sites/theyec/2014/05/08/looking-for-new-ways-to-reach-customers-try-youtube-advertising/>. (Diakses pada tanggal 18 September 2022).
- YouTube. (2016). *About*. <https://about.youtube/>. (Diakses pada tanggal 12 Mei 2023).
- Ulfauziah, Rizki Regina. (2014). *Sejarah Berdirinya YouTube*. Ilmuti.org.
- Nurfebiaraning, S. (2016). *Strategi Kreatif Pesan Video Advertising “Oreo Penuh Keajaiban” Pada YouTube*. Vol IV(1), 35-46. Jurnal Universitas Ahmad Dahlan: Yogyakarta.

- Muthia, Riva. (2016). *Analisis Makna Cantik Dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik Pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi “See The Real Me” Di Televisi)*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Sari Tiara, Dian. (2018). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene (Survei Di Kalangan Masyarakat Perumnas Simalingakar A Medan)*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Wijaya Abi, Hamsah. (2017). *Pengaruh Terpaan Iklan Aqua Versi “Ngomong Jepang” di Televisi Terhadap Sikap Masyarakat Kecamatan Rungkut Surabaya Dalam Membeli Produk Aqua*. Surabaya: Universitas Almamater Wartawan.
- Janna, Miftahul. (2016). *Pengaruh Iklan Aqua Terhadap Keputusan Membeli Masyarakat Di Kompleks BTN Tritura-antang Kota Makassar (Studi Iklan Televisi)*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.

