DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz dan Ubaidillah. 2015. Peran Iklan, Promosi Penjualan dan Acara Khusus Pada *Brand Awareness* Restaurant Dixxie Easy Dining Yogyakarta. Jurnal Khasanah Ilmu. No. 2 Vol. 6 Hal. 40-45. ISSN : 2087-0086.

Agus Mansur dan Edi Syaputra. 2014. Analisis Regresi *Multivariat* Pada *Intention To Buy* Berdasarkan Efektifitas Pemasaran. Seminar Nasional IENACO. ISSN : 2337-4349.

Ananda Fortunisa dan Andrew Arief Agassi. 2013. Pesan Iklan Televisi Dan *Personal Selling* : Alat Promosi Untuk Peningkatan Keputusan Pembelian. *Journal Communication Spectrum*. No. 2 Vol. 2 Hal. 200-214. ISSN : 2087-8850.

Ananda Widhia Putri. 2015. 10 Merek Pengiklan Terbesar di TV. diakses tanggal 12 April 2016, dari http://swa.co.id/business-research/10-merek-pengiklan-terbesar-di-tv.

Ayu Satya Kartika dan A. A Gede Agung Artha Kusuma. 2016. Peran Efektifitas Iklan dalam Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap *Brand Attitude* Pada Iklan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Aqua) di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen. No. 1 Vol. 5 Hal. 176-206. ISSN : 2302-8912.

Bagus Riyantoro dan Ati Harmoni. 2013. Efektifitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih. *Proceeding* PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, & Teknik Sipil). Vol. 5 Hal. E-256 – E-263. ISSN : 1858-2559.

Deny Danar Rahayu. 2012. Pengaruh Iklan dengan EPIC Model Pada Media Televisi Terhadap Sikap Penonton (Studi Kasus Pada Iklan Minuman Isotonik Fatigon Hydro Versi “Macet” Di Kota Pekanbaru). Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan. No. 6 Tahun II Hal. 290-320.

Destiwati Sitanggang. 2014. Nielsen : Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa. Diakses tanggal 11 Oktober 2015, dari http://swa.co.id/business-research/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.

Elvinaro Ardianto. 2007. Komunikasi Massa. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Fahrizal Sukma, Ma'mun Sarma dan Muhammad Syamsun. 2015. Efektifitas Iklan dalam Menumbuhkan *Brand Awareness* SMA Sampoerna. Manajemen IKM. No. 2 Vol. 10 Hal 182-193. ISSN : 2085-8418.

Gus Andri. 2012. Strategi Pemasaran dan Efektifitas Periklanan dengan Menggunakan Metoda Komunikasi, Empati, Persuasi dan Dampak Pada Perusahaan PT. Bhineka Lestari Ltd. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. No. 2 Vol. 3 Hal. 30-60. ISSN : 2086-5031.

Husein Umar. 2004. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Cet. 6. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Husein Umar. 2005. Metode Penelitian. Jakarta : Salemba Empat.

http://blog.lazada.co.id

http://www.alexa.com/siteinfo/lazada.co.id

http://www.alexa.com/topsites/countries/ID

http://www.tribunnews.com

Imam Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.

Mahmood Zohoori, Shabnam Mousavi Khesal, Shahriar Moheseni dan nasim Roustapisheh. 2013. *Advertisement and Brand Equity in Fast Food Industry of Iran. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business.* No. 2 Vol. 5 Hal. 485-494.

Martiman. 2014. Strategi Pemasaran Barang dan Jasa Perusahaan Melalui Media Iklan. Jurnal Ilmiah WIDYA. No. 2 Vol. 2 Hal. 55-63. ISSN : 2337-6686 / ISSN-L : 2338-3321.

Melynda Dyah Kurnyawati, Srikandi Kumadji, dan Edy Yulianto. 2014. Pengaruh Iklan Terhadap *Brand Awareness* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2012-2013 yang menggunakan Produk Sabun Mandi Merek Lifeboy). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). No. 1 Vol. 16 Hal. 1-6.

Moh. Nazir. 2005. Metode Penelitian. Bogor : Ghalia Indonesia.

Mohamad H. P. Wijaya. 2013. Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pmbelian Jasa Terminx di Kota Manado. Jurnal EMBA. No. 4 Vol. 1 Hal. 105-114. ISSN : 2303-1174.

Nielsen Djuwandono Hermawan. 2014. Efektifitas Iklan Televisi Tokobagus.com Versi "Mau Jual Mobil?" Pada Masyarakat Surabaya. Jurnal E-Komunikasi. No. 1 Vol. 2 Hal. 1-12.

Nur Hasanah, Lukito Edi Nugroho, dan Eko Nugroho. 2015. Analisis Efektifitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Scientific Journal of Informatics*. No. 2 Vol. 2 Hal. 99-110. p-ISSN : 2407-7658 / e-ISSN : 2460-0040.

Nurdin. 2013. Pengaruh Media Periklanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Handphone Merek Nokia di Perumahan Unggul Graha Permai Tambun-Bekasi. Jurnal Ilmiah Manajeman. No. 1 Vol. IV Hal. 77-92. ISSN : 2087-4901.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Rhenald Kasali. 2007. Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Cet. V. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.

Rif'atul Mahmudah. 2014. Studi Millward Brown : Tren Konsumen Indonesia Berubah Signifikan. Diakses tanggal 11 Oktober 2015, dari http://swa.co.id/business-research/studi-millward-brown-tren-konsumen-indonesia-berubah.

Rizka Annisa Nurmaida. 2014. Efektifitas Respon Konsumen Pada Media Iklan Produk Citra *Hand and Body Lotion* PT Unilever Tbk. JAME (Jurnal Akutansi dan Manajemen Esa Unggul). No. 1 Vol. 2 Hal. 79-99.

Saefudin Azwar. 2007. Metode Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Salelaw, Gashaw Tibebe dan Amanpreet Singh. 2015. *The Effect of Advertising Spending and Event Sponsorship on Brand Equity in The Ethiopian Brewery Industry. British Journal of Marketing Studies.* No. 9 Vol. 3 Hal. 47-68. ISSN : 2055-0219 / 2055-0227.

Sarwono Jonathan. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Shiren, Endang Ruswanti dan M. Unggul Januarko. 2013. Pengaruh Efektifitas Media Iklan Kartu Seluler XL Pada PT XL Axianta di Jakarta Barat. Jurnal Ekonomi. No. 2 Vol. 4 Hal. 102-110.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Manajemen. Cet. 4. Bandung : Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. 2009. Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta : Aneka Cipta.

SWAonline. 2016. Belanja Online Via Smartphone Melonjak 172,8 Persen. Diakses tanggal 01 Mei 2016, dari http://swa.co.id/business-strategy/management/belanja-online-via-smartphone-melonjak-1728-persen.

Tania Yosephine Aiwan. 2013. Efektifitas Pesan Iklan Televisi Tressme Menggunakan *Costumer Responde Index* (CRI) Pada Perempuan di Surabaya. Jurnal E-Komunikasi. No. 2 Vol. 1 Hal. 298-307.

Tariq M. I., Humayon A. A., Bhutta M. H. Dan Danish R. Q. 2014. *Impact of Effective Advertisement on Brand Equity and Brand Switching Behavior ; Study of Food and Beverages Industry in Emerging Market. Research Journal of Recent Sciences.* No. 6 Vol. 3 Hal. 40-45. ISSN : 2277-2502.

Th. Susetyarsi. 2014. Analisis Daya Tarik Sumber Iklan dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Minuman Suplemen Merek Kuku Bima Ener-G! Di Kota Semarang. Jurnal STIE Semarang. No. 3 Vol. 6 Hal. 120-138. ISSN : 2252-7826.

Umi Narimawati. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Agung Media.

Umi Narimawati. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasi. Bandung : Unikom.