

DAFTAR PUSTAKA

Annisa, Nurul. “*Komunikasi Pemasaran Online (Studi Kasus Pada Pemasaran Online “Reallnc Store”)*”, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Agung Tirtayasa, 2014.

Arfianto, Wahyu. “*Analisis factor-faktor yang mempengaruhi efektivitas iklan Pada media televisi*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)* Jakarta: Rineka Cipta. 2006.

Belch, George E. & Michael A. Belch. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspectives*. New York: Irwin/Graw Hill. 2010.

Christian Hinardi, Wiyokto. “*Strategi Iklan Star Mild Versi Apa Obesimu?*” (Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, 2009).

Darmadi et al. Duriyanto “*Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*”. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka.2003.

Ghony, M. Djunaidi & Fauzan Almanshur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2012.

Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2012.

Jefkins, Frank, *Periklanan*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2012.

Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Graha Ilmu 2008.

Lee, Monlee dan Carla Johnson. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media Group. 2011.

Liliweri, Allo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

M.Suyanto. *Marketing Strategy*. Yogyakarta: ANDI. 2007.

M.Suyanto. *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI. 2003.

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011.

Muhammad Alim, Arafat “*Strategi Humas dinas Pariwisata dalam menyebarkan informasi wisata daerah pacitan*” . Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya. 2009.

Nasrullah, ulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknolog*. Bandung: Simbosa Rekatama Media. 2015.

Sandra, Moriarty, dkk. *Advertising edisi kedelapan*. Jakarta: Kencana, 2011.

Swisstiani, Febby. “*Pengaruh Persepsi Harga, Efektivitas Iklan Internet dan Promosi Penjualan terhadap minat beli konsumen pada toko online Zalora. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh persepsi harga, efektivitas iklan internet dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada toko online Zalora*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

Uchjana Effendy, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2013.

Winardi. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Penerbit Mandar Maju 1998.

