

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, E. P. (2016). Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Aqua “Versi Ada Aqua”. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(2), 144-153.
- Adstensity. (2017). Perbandingan Total Duration, Ad Displayed, Total Ad Shopee. Dalam http://www.adstensity.com/serv_ice/compare. Diakses 30 Desember 2018
- Anugerah, D. (2017). *Hubungan Terpaan Iklan Traveloka dan Tingkat Penghasilan dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- Ardial. (2014). *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Ariesda, T. E. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Frestea di Televisi dan Terpaan Komunikasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea. *Interaksi Online*, 8(1), 165-173.
- Budiman, F. (2017). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi XI “Hidup Xtra Bisa Dengan Paket Combo Xtra” Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Warga di Perumahan Batan Indah, Serpong, Tangerang Selatan) (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Bungin, Burhan. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Effendy, Onong Uchyana. 2002. *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Adya Bakti
- Kotler, Philip & A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran, Buku 2*, Jakarta: PT. Salemba Empat Patria.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 12*, Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, T., Mukhroman, I., & Prasetya, T. I. (2015). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012)* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).

- M.A, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mitra Angelia. 2015. Shopee Klaim Ada 1,4 Juta Pengguna Dari Indonesia. Dalam <https://www.viva.co.id/digital/digilife/709894-shopee-klaimada-1-4-juta-penggunadariindonesia>. Diakses pada 03 Januari 2019
- Muhammad, A. R. S. A. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Bukalapak di Televisi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli online Bukalapak* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Shimp, Terrence A, 2003. *Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Ke-5 Jilid Ke-1, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.