

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfianasari, J. (2010). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Im3. *Skripsi* .
- Arifin, A. (2012). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Kota Makassar. *Skripsi* .
- Assael. (2002). *Consumer Behavior Edisi Bahasa Indonesia*. New Jersey: Prentice-Hall.Inc.
- Brightayati, L. (2010). Efektivitas Iklan dengan Menggunakan Analisis AIDA Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Terhadap Iklan Pond's Flawless White Di Indomaret Karanganyar. *Skripsi* .
- Dewi, I. A. (2016). Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire, dan Action) Studi pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi* .
- Gharibi, S., Danesh, S., & Shahrodi, K. (2012). Explain The Effectiveness of Advertising Using The AIDA Model. *Jurnal of Contemporary Research in Business* .
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson, R.L. Tatham. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Johar, D. S., Kumanji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektivitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Adminitrasi Bisnis* .
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Buku 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Kurahman, T. (2016). *Mendongkrak Pendapatan YouTube Dengan Memanfaatkan Jenis Iklan Yang Tayang*. Dipetik November 23, 2016, dari [www.Strategi123.com](http://www.Strategi123.com):  
<http://www.strategi123.com/2016/04/mendongkrak-pendapatan-youtube-dengan.html>
- Kusumadewi, R. N. (2015). Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio Radika 100,3 FM Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi* .
- Lampungsae.com. (2016, Agustus 30). *Inilah 10 Media Sosial Paling Efektif untuk Promosi Bisnis dan Produk*. Dipetik November 23, 2016, dari [www.Lampungsae.com](http://www.Lampungsae.com): <http://lampungsae.com/inilah-10-media-sosial-paling-efektif-untuk-promosi-bisnis-dan-produk/>
- Mahardika, E. M. (2014). Sikap Khalayak Dalam Menonton Iklan Pop-Up di Situs *YouTube*. *Skripsi* .
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati, A., Fajarwati, & Fauziah. (2014). *Statistika Teori dan Praktek Edisi II*. Yogyakarta.
- Rofiq, A., Arifin, Z., & Wilopo. (2013). Pengaruh Penenrapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012). *Jurnal Admitrasi Bisnis* .
- Shofian, F. (2015). Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* .
- Sugiyono. (2010). *METODE PENELITIAN BISNIS (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Syarifudin, A. J. (2013). Pengaruh Iklan Di Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Top Coffee Pada Masyarakat Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Skripsi* .

- Wijaya, B. S. (2011). The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising. *Jurnal of Advertising* .
- Wikipedia. (2017, Januari 17). *Adsense*. Dipetik Maret 09, 2017, dari [www.wikipedia.com: https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense](https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense) .
- Wikipedia. (2017, Maret 06). *YouTube*. Dipetik Maret 09, 2017, dari [www.Wikipedia.com: https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube](https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube) .
- YouTube. (2017). *Bantuan YouTube*. Dipetik Maret 09, 2017, dari [www.YouTube.com: https://support.google.com/youtube/answer/2375464?hl=id&ref\\_topic=2972947](https://support.google.com/youtube/answer/2375464?hl=id&ref_topic=2972947) .