

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- A. Shimpi, Terence, *Periklanan Promosi. Aspek tambahan komunikasi terpadu*, Jakarta: Erlangga, 2003. Jilid I, Edisi Kelima
- Abd Rozak, M. Mahfudz, Dono Setiyo, “*Dasar – Dasar Advertising*”, Yogyakarta: Sukses, 2008.
- Al Ries & Jack Trout *POSITIONING : The Battle For Your Mind*. Jakarta; PT.Salemba Empat, 2002.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton WW, Hendrawan S. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta; PT Gramedia Pustaka, 2003.
- Engkus, *Fenomenologi: Konsep, Pedoman dan Contoh Penelitian*, Bandung; Widya Padjadjaran, April 2009.
- Effendy, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004). Cet. Ke-6, September 2004.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003.
- Hakim, Budiman. *Lantaran Tapi Relevan, Dasar-dasar Kreatif Periklanan*. Yogyakarta; Galang Press, 2005.
- Kasilo, Djito, *Komunikasi Cinta*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, Kuswarno,
- Kriyantono, Rachmat, *Riset Komunikasi*, Jakarta; Kencana, 2009.
- Kuncoroningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1990),
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) Cetakan ke-21.
- Mardalis, *Metode Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta, 1995.
- Mantra, Ida Bagoes, *Filsafat Penelitian Dan Metode Penelitian Sosial*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2004.

- May Lwin dan Jim Aitchison, "*Clueless In Advertising*", Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2005.
- Max Sutherland & Sylvester Alice K. *Advertising and The Mind of The Consumer : Bagaimana Mendapatkan Untung Berlipat Lewat Iklan yang Tepat*. Penerjemah, Jakarta; Setia Bangun. PT. Gramedia Pustaka. 2005.
- Monle Lee & Carla Johnson, *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Moriarty, Sandra E. *Creative Advertising Theory and Practice – 2nd edition*. New Jersey; Englewood Cliffs, 1991.
- Rakhmat, Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosda Karya, Cetakan ke-24: Januari 2007.
- Rangkuti, Freddy. *The Power Of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama , 2004.
- Sendjaya, S. Djuarsa, *Teori Komunikasi*, Jakarta : Universitas Terbuka, 1994. Cet. 1
- Sulaksana, Uyung. *Integrated Marketing Communications*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005. Cetakan ke-2
- Suyanto, M. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta; Andi Offset, 2004.
- Tika, Moh. Pabundu, *Metode Penelitian Geografi*, Jakarta; Bumi Aksara, 2005
- Usmara, Usi. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta; Asmara Books, 2008.
- Widyatama, Rendra, *Pengantar Periklanan*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2007. Cet.1
- Zyman, Sergio, *The End Of Advertising As We Know*, Wiley & Sons. Inc, New Jersey: 2002.

Sumber Non Buku

<http://pengantarperiklanan.blogspot.com/2008/03/prolog.html>. diakses pada tanggal 09 Mei 2008

<http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:JOjAfQvnc44J:datasastra.googlepages.com/08agus4.pdf+triangulasi+dalam+metode+penelitian> diakses pada tanggal 09 Mei 2008

<http://www.pdfqueen.com/html/aHR0cDovL2RpZ2lsaWIucGV0cmEuYWMuYWQvam11bmtwZS9zMS9pa29tLzlwMDkvaml1bmtwZS1ucy1zMSoYMDA5LTUxNDA1MDI5LTEXNDQ1LWF0bGFzX3Nwb3J0LWNoYXB0ZXIyLnBkZg==> diakses pada tanggal 12 Mei 2008

http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=15&submit.x=25&submit.y=18&submit=next&qual=high&submitval=next&fname=/jiunkpe/s1/ikom/2008/jiunkpe-ns-s1-2008-51403018-8825-dove_shampo-chapter2.pdf diakses pada tanggal 16 April 2010