

## DAFTAR PUSTAKA

Belch, George E. & Michael E. Belch, *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, Fourth Edition, Mc-Graw Hill, New York, 2007.

Bungin, Burhan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008.

Cafferata, Patricia & Alice Tybout, *Cognitive and Affective Responses to Advertising*, Fourth Edition, Lexington Books, Chicago, 1989.

Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton Wachidin Widjaja & Hendrawan Supratikno, *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Teori, dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Jakarta, 2003.

Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Umum Grafiti, Jakarta, 2007.

Kriyantono, Rachmat, *Riset Komunikasi*, Edisi Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006, Bandung.

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2008.

Schiffman, Leon & Laslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh, PT. INDEKS, 2007

Shimp, Terence A., *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi*, Terjemahan, Erlangga, Jakarta, 2003.

Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta, 2006.

Wells, William, John Burnett, & Sandra Moriarty, *Advertising*, Fourth Edition, Prentice Hall, NJ, 2007.

**Sumber lain:**

**[http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi\\_persuasif](http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_persuasif)**

**[http://www.sahabatnestle.co.id/homev2/main/dancow/tk\\_balita](http://www.sahabatnestle.co.id/homev2/main/dancow/tk_balita)**

Hidayat Z. *Pengukuran Efek Terpaan Dalam Riset Media Massa*. Makalah dipresentasikan dalam seminar FISIP UI, Jakarta. 2009.

Hidayat Z, *Diktat Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Fikom Universitas Esa Unggul. Jakarta. 2009.

Kamus istilah Merrim-Webster