

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). *Advertising Management*. New York: Prentice Hall
- Ali, Karnila (2021). Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Televisi dan Celebrity Endorsement terhadap Citra Merek (*Brand image*) Kosmetik Maybellien. *Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi* Vol 13 (No1) 001 - 011.
- Apryanto, S. (2023). Jenis dan Bentuk Komunikasi Massa. Diakses pada 25 Oktober 2023, dari https://www.academia.edu/30889693/Jenis_dan_Bentuk_Komunikasi_Massa
- Ardianto, E., dkk. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Ardianto, E., dan Erdinaya, L.K. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi 5*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bram, Y.F. (2005). Analisis Efektifitas Iklan Sebagai Salah Satu strategi pemasaran perusahaan percetakan dan penerbitan PT. Rambang dengan metode EPIC. Palembang: *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol 3 No. 6 Desember 2005*.
- Cannon, J. P, W. D. Perault, dan E. J. McCarthy. (2009). *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chukwu, B.A., Kanu., E.C., and Ezeabogu, A.N. (2019). The Impact of Advertising on Consumers Buying Behaviour. *International Journal of Arts and Commerce*, 8 (1), pp. 1-15. Diakses pada 16 Oktober 2023, dari <https://ijac.org.uk/articles/8.1-1.1-15.pdf>
- Cooper, D., and Schindler, P. (2011). *Business Research Methods. 11th Edition*. Boston: McGraw Hill.
- Detik.com. 15 September 2022. Aspek Pemasaran Adalah? Pengertian dan Tujuannya untuk Bisnis. Diakses pada 25 Oktober 2023, dari [dhttps://finance.detik.com/solusiukm/d-6293508/aspek-pemasaran-adalah-pengertian-dan-tujuannya-untuk-bisnis](https://finance.detik.com/solusiukm/d-6293508/aspek-pemasaran-adalah-pengertian-dan-tujuannya-untuk-bisnis).

- Dewi, W.W.A., Tamitiadini, D., dan Yustisia, I.R. (2020). Pendekatan Transtheoretical Sebagai Model Adaptasi Perubahan Perilaku Sadar Lingkungan Di Provinsi Bali. *Jurnal Profetik, Vol.13/No.1 / APRIL 2020, Hal. 138-154.*
- Dewi, Y.L. (2019). Pengaruh Iklan Web Series SPace # "Kenapa Belum Nikah?" Terhadap *Brand Awareness* JD.ID. *Jurnal Komunikasi Profetik, Volume 12, No. 1 (2019). Diakses pada 14 Oktober 2023, dari <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1556>*
- Effendy, O.U. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: PT. Mandar Maju.
- Febriani, N., dan Dewi, W.W.A. (2018). Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang: UBPress.
- Febrida, R., dan Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube). *Jurnal Prologia. Vol. 4, No. 1, Maret 2020, Hal 179–185. Diakses pada 14 Oktober 2023, dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6471>*
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish (Grup Penerbit CV Budi Utama).
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Guba, E.G. (1990). *The Paradigm Dialog*. California: Sage Publications.
- Guba, E.G., and Lincoln, Y.S. (1994). "Competing Paradigms in Qualitative Research", In. Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications.
- Hadi, S. (2005). *Metode Bimbingan Menulis Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjh Mada Press.
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Hasan, M.I. (2002). *Pokok-pokok Materi Statistika 1 (Statistik Deskriptif). Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Hasanah, R., Gayatri, R.W., dan Ratih, S.P. (2021). Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Merokok Siswa: Literature Review. *Sport Science and Health*, 3 (10), 2021, hal. 757–760. Diakses pada 14 Oktober 2023, dari https://www.researchgate.net/publication/35579584_Pengaruh_Iklan_terhadap_Perilaku_Merokok_Siswa_Literature_Review
- Indratama, A.B., & Artanti, Y. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Indriarto, F. (2006). Studi Mengenai Faktor kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 5. 2006.
- Irawan, Dedi (2021). Perubahan Sikap. Diakses tanggal 11 September 2023 di <https://www.sehatq.com/penyakit/perubahan-sikap>
- Kasali, R. (1992) *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Edited by Pusat Antar Universitas Bidang Ilmu Ekonomi. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kast, F.E., dan Rosenzweig, J.E. (1995). *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Keller, K.L. (1993) Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57, 1-22. <http://dx.doi.org/10.2307/1252054>
- Kementerian Pekerjaan Umum. (2010). *Modul Pengolahan Sampah Berbasis 3R*. Bandung (ID): Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Penelitian dan Pengembangan Permukiman.
- Kerlinger, F.N. (2004). *Asas–Asas Penelitian Behaviour*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kertajaya, H. (2006). *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Libriyanti, N.S., Putri, K.Y.S., dan Sary, M.P. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia 12th X BTS Terhadap Minat Beli Ibu Rumah Tangga di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi*. Volume 16 No. 1 Maret 2022, hal. 26-37 . Diakses pada 14 Oktober 2023, dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/13280>
- Liliweri, A. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Mas'ud, F. (2004). *Survai Diagnosis Organisasional*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- MediaIndonesia.com. Senin 05 Juli 2021. Pilah Sampah dari Rumah Bermanfaat bagi Lingkungan. Diakses pada 14 Oktober 2023, dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/416641/pilah-sampah-dari-rumah-bermanfaat-bagi-lingkungan>
- Mulyana, D. (2001). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pramelani (2017). Pengaruh Tayangan Iklan TV Terhadap *brand image* Bejo Bintang Toedjoe Masuk Angin. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA) Vol. IV No. 2 September 2017*.
- Pratama, V.A., dan Malau, R.M.U. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Shopee Versi Birthday Sale 12.12 Black Pink terhadap Citra Merek. *Proceeding of Management: Vol. 6, No. 3 Desember 2019, Hal. 6513-6522*. Diakses pada 14 Oktober 2023, dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11131>
- Prayitno, S., dan Harjanto, R. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Priansa, D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prochaska, J. O., & Velicer, W. F. (1997). The transtheoretical model of health behavior change. *American Journal of Health Promotion, 12(1)*, 38–48. <https://doi.org/10.4278/0890-1171-12.1.38>

- Pudyastuti, L.D., and Ulfa, N.U. (2019). Effect of Advertising Exposure, Sales Promotion and Packaging towards Purchase Request of Kinder Joy to Childrens. *Jurnal Interaksi Online*, Vol. 4, No. 2, pp. 1-11, Mar. 2019. Diakses pada 16 Oktober 2023, dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/11080>
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, A. (2007). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Rifda, Arum. (2021). Apa Itu Mahasiswa? Ini Pengertian dan Peranannya. Diakses tanggal 11 September 2023 di <https://www.gramedia.com/best-seller/apa-itu-mahasiswa/>.
- Sargent, J.D., and Babor, T.F. (2020). The Relationship Between Exposure to Alcohol Marketing and Underage Drinking is Causal. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs, Supplement*, (s19), 113–124. Diakses pada 17 Oktober 2023, dari <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32079567/>
- Schiffman dan Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: INDEKS.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika Vol. 16 No. 2*.
- Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence. (2003). *Periklanan, Promosi, dan Aspek Tambahan. Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Singarimbun, M. dan Effendi, S. (2001). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Subagyo, J.P. (2006). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukerti Ni LG, Sudarma IM, Pujaastawa I.B.G. (2017). Perilaku Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar, Provinsi Bali. *Ecotrophic [Internet]*. [diunduh 2020 Feb 12]. 11(2). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/ECOTROPHIC/article/view/33314>.

- Sunaryo (2004). *Psikologi Keperawatan*. Jakarta: EGC
- Supranto dan Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suryani, A. S. (2014). Peran Bank Sampah dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang). *Jurnal Aspirasi*, 5(1), 71–84.
- Syahida, L. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Komunikasi. Jurnal Kehumasan Gunahumas*, Vol. 4, No. 1, 2021, 7-18. Diakses pada 14 Oktober 2023, dari <http://repository.upi.edu/56152/>
- Tashakkori, A., and Teddlie, C. (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*. London: Sage Publication.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2004). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Skripsi Bisnis*. Cetakan ke 6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.