

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*
Bandung: CV Alfabeta.
- Amira, Nabila & Iis Kurnia Nurhayati. 2019. Efektifitas Fitur Instagram
Sponsored Sebagai Media Iklan Promosi Tiket.com Melalui Metode EPIC
Model. *Journal of Media and Communication Science* Vo.2 No.2
- Cannon, Joseph P. et. al. Tanpa tahun. *Pemasaran Dasar* (edisi 16).
Terjemahan oleh Dian Angelica dan Ria Cahyani . 2009. Jakarta:
Salemba Empat.
- Dara, Adinda Rita. 2019. Analisis Semiotika Iklan Shopee 12.12 Birthday Sale
Edisi BLACKPINK: Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce.
Skripsi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, UIN Sunan Ampel
Surabaya.
- Doveling, Katrin, Anu A. Harju & Denise Sommer. 2018. From Mediatized
Emotion to Digital Affect Cultures: New Technologies and Global Flows of
Emotion. *Social Media + Society, January – March 2018: 1-11*
- Durianto, D., et. al. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta:
PT Gramedia Pustaka Indonesia.
- Engel, James F. Blackwell, Roger D. Miniard, Paul W. Tanpa tahun.
Perilaku Konsumen. Terjemahan oleh Budijanto. 1995. Jakarta:
Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indriarto, Fidelis. 2006. *Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 5, No.3, pp. 243-268.
- Kennedy, John E. dan R. Soemanagara. 2006. *Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. Tanpa tahun. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Bob Sabran M.M. 2001. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Lee, Monle dan Johnson Carla. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Nasution, Febrina Syah Putri & Ama Suyanto. 2016. Efektifitas Iklan Media Sosial Menggunakan EPIC AC Nielsen pada Operator Seluler di Indonesia. *E-Proceeding of Management Vol. 3 No.3, December 2016*.
- Octaviani, Ria, Sinta Paramita. 2019. Tinjauan Etika Periklanan dalam Konten Kreatif (Analisis Semiotika Iklan Shopee versi BLACKPINK. *Prologia Vol.3 No.1, 2019*

- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu* (edisi 5). Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Subramaniam C., 2000. *Product Marketing on the Internet*. Urbana: Departemen of Business Administration University of Illinois.
- Tanjung, Dara Novita Andisya, Mayasari, Yanti Tayo, Kusrin. 2019. Analisis Semiotika Makna Seksi dalam Iklan Shopee Versi BLACKPINK. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal Vol.1 No.1*
- Yuriantika, Ulfi. 2019. Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure dalam Iklan Shopee BLACKPINK. Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tarumanegara.