

DAFTAR PUSTAKA

- Amru, P. D., & Martini, E. (2017). Efektifitas Iklan Product Placement L'oréal Pada Film Ada Apa Dengan Cinta 2 Menggunakan Metode Customer Response Index. *e-Proceeding of Management*, Page 2469 Vol.4, No.3.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior* (6th ed.). New York: Thomson-Learning.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 10th edition*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1996). *Metode Penelitian Bisnis Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- D'Astous, A., & SeÂguin,, N. (1998). Consumer Reactions to Product Placement Strategies in Television Sponsorship. *European Journal of*, 896-909.
- ERMA. (n.d.). *Entertainment Resources & Marketing Association*. Retrieved from The Strength and Weakness of Product Placement: erma.org
- Etzel, M. J., Walker, J. W., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing 12th Edition*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Hasan, A. M. (2019, August 27). *tirto.id*. Retrieved from Nasib Bioskop di Tangan Generasi Milenial: <https://tirto.id/nasib-bioskop-di-tangan-generasi-milenial-cl8k>
- Himawan, A. H. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Notebook Acer*. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kristanto, H., & Brahmana, R. K. (2016). Pengaruh Product Placement Pada Film Indonesia Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention Masyarakat Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10, No. 1.
- Kumalawati, J., & Rumambi, L. J. (2012). Analisa Sikap Audience Terhadap Product/Brand Placement Apple Pada Film "Mission Impossible 4 (Ghost Protocol)". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, 1-7.

- Novita, V. D. (2016). *Hubungan antara Brand Image, Brand Attitude dengan Brand Loyalty pada Produk Attack, Rinso, dan So Klin*. Skripsi: Universitas Sanata Dharma.
- Purnomo, Z. V. (2015). Product Placement: Film, Program Televisi, Video Games, atau Musik ? *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.9, No 1,.
- Puspowarsito, H. A. (2008). *Metode Penelitian Organisasi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: Humaniora.
- Russell, J. T., & Lane, W. R. (1998). *Advertising A Framework*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sangkoyo, L. W. (2015). PRODUCT PLACEMENT DALAM FILM (Studi Tentang Persepsi Anggota Kine Klub FISIP UNS Terhadap Product Placement Snack Tao Kae Noi dalam Film The Billionaire). *Universitas Sebelas Maret*.
- Sutisna. (2002). *perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umar, H. (2013). *Metode Peneltiian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Wirawan, F. W., & Hapsari, P. D. (2016). Analisis AISAS Model Terhadap Product Placement Dalam Film Indonesia. *Jurnal Rekam*, Vol. 12 No. 2.