

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad bin Abdurrazaq ad-Duwaisy. *Fatwa-fatwa Jual Beli*. Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2005.
- Ajiksono, Yohannes Vici dan Wiratmojo, Bambang “Efektivitas Product Placement dalam *Game Online* (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas *Product Placement Specs* Buktikan Indonesiamu pada *Game Online* Footballsaga 2 berdasarkan EPIC Model oleh Member Forum di *forum.footballsaga.com*)”. *Jurnal FISIP* 1, no. 1 (2014): 1-13.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Belch, George E. & Belch, Michael A. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective 6th edition*. New York: McGraw-Hill Companies, 2003.
- Bondo Sapolo, Kiyeng Pamungkas dkk., “Efektivitas Iklan Bukalapak di Youtube dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian”. *e-Proceeding of Engineering* 4, no. 2 (2017): 2507-2514.
- Carolina S., Cynthia. “Efektivitas *Product Placement* Apple dalam Film *Street Society* di Masyarakat Surabaya”. *Jurnal E-Komunikasi* 2, no. 3 (2014): 1-10.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019.
- Durianto, Darmadi dkk. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Effendy, Usman. *Psikologi Konsumen*, Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2016.
- <http://www.sasa.co.id/about-us.php>, diakses pada 07/11/2019 pada 12:10 WIB.
- <https://www.indotelko.com/read/1566888443/belanja-iklan-60>, diakses pada 05/11/2019 pukul 15:55 WIB.
- <https://www.reti.tv/masterchefindonesia/about-us/>, diakses pada 07/11/2019 pada 12:25 WIB.

- Jaribah bin Ahmad al-Haritsi. *Fikih Ekonomi Umar bin al-Khathab Cet. Ke-1*, alih bahasa oleh: Asmuni Solihan Zamakhsyari. Jakarta: Khalifa, 2006.
- Krishnasari, Nike dan Rumambi, Leonid Julivan. “Analisa Efektivitas *Product Placement* Burger King dalam Film *Iron Man 1* dan *Audi* dalam Film *Iron Man 2*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, no. 1 (2012): 1-10.
- Kristanto, Harris dan Brahmana, Ritzky Karina M. R. “Pengaruh *Product Placement* pada film Indonesia terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention Masyarakat Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10, No. 1 (2016): 20-26.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2010.
- Mutaqin, Amrul. “Konsep Periklanan dalam Ekonomi Islam”, *Cahaya Aktiva* 3, no. 1 (2013): 1-10.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, John J.O.I. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Priyatno, Duwi. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2001.
- Purmono, Zhendy Valentina. “*Product Placement*: Film, Program Televisi, *Video Games*, atau Musik?”. *Jurnal Studi Manajemen* 9, no. 1 (2015): 100-114.
- Putra, M. Biuzar Azmi dan Sudrajat, Ratih Hasanah. “Analisis Efektivitas Iklan Televisi Sampoerna A-Mild versi “Nanti Juga Lo Paham” Menggunakan EPIC Model Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Kota Bandung”. *e-Proceeding of Management* 6, no. 3 (2019): 6284-6297.
- Rosa, Dewi Indah dan Maulida, Zenitha. “Analisis Efektivitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A

- Mild di Kota Langsa)”. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)* 1, no. 2 (2107): 137-149.
- Russell, Cristel Antonia. “*Investigating the Effectiveness of Product Placements in Television Shows: The Role Modality and Plot Connection Congruence on Brand Memory and Attitude*”. *Journal of Consumer Research* 29, no. 3 (2002): 306-318.
- Setiawan, Eunike dkk. “Efektivitas Product Placement Tas Jansport dalam Film Spider-Man: Homecoming”. *Jurnal E-Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 1-10.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)*. Yogyakarta: ANDI, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sumampouw, Angelia. “Analisis Efektivitas Iklan Televisi Produk Aqua dengan Menggunakan Metode EPIC Model dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Manado”. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 1, no. 3 (2013): 1-15.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS, 2013.