

DAFTAR PUSTAKA

- Alif, M. G., Anggeliana, D., & Pangaribuan, C. H. (2021). The Effectiveness of Gojek's Product Placement in Keluarga. *JOURNAL OF BUSINESS, MANAGEMENT, AND SOCIAL STUDIES*, 58.
- Allen, J. (2007). *The executive's guide to corporate events and business entertaining*. Ontario: John Wiley & Sons Canada, Ltd.
- Arfatillah, I. H. (2018). Pengaruh Product Placement terhadap Minat Beli.
- Belch, G., & Belch, M. (2007). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- D'Astous, A., & Chartier, F. (2000). A study of factors affecting consumer evaluations and memory of product placement in movies. *Journal of current issues and research in advertising*, 31-40.
- Diwan, S. B. (2017). Consumer attitude towards the Product Placement . *International Journal of Creative Research Thoughts*, 1217.
- Dunia Iklan. (2021, May 27). Dipetik July 7, 2022, dari <https://www.youtube.com/watch?v=jHdU-sv-nGM>
- Dwiantana, I. S. (2018). Pengaruh Faktor Sikap pada Product Placement terhadap Minat Beli Produk Luwak White KOffie di Acara Talkshow Televisi Mata Najwa. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriyadi. (2021, October 20). Dipetik July 7, 2022, dari <https://youtu.be/RfjXk9y2eaU>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gultom, T. M., & NAN, A. K. (2016). Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesesuaian Iklan Pada Minat Beli Yang Dimoderasi Sikap Merek Di Advergemes. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Hapsari, W. P. (2017, November). *Apa yang dimaksud dengan Sikap Konsumen?* Dipetik Maret 16, 2022, dari <https://www.dictio.id>.

- Husni, A. (2010). Analisis Pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Attitude Handphone Merek Nokia.
- Kapanlagi.com. (2021, September 1). *Serunya Momen Indonesian Drama Series awards 2021 yang Dihadiri Artis-Artis Papan Atas, Ini Deretan Para Pemenangnya*. Dipetik June 24, 2022, dari kapanlagi.com.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Kwon, E., & Jung, J. H. (2013). Product Placement in TV Shows: The Effect of Consumer Socialization Agents on . *Online Journal of Communication and Media Technologie*, 100.
- Lehu, J.-M. (2007). *Branded Entertainment: Product Placement & Brand Strategy in the Entertainment Business*. London: Kogan Page.
- Millenia, D. P., Siregar, W. S., & Fitri, N. (2021). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Product Placement terhadap Minat Beli Konsumen Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo.
- Pahlevi, R. (2022, April 16). *Termasuk Ikatan Cinta, Ini 5 Sinetron yang MEmperoleh Rating tertinggi di Indonesia*. Dipetik July 7, 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id>.
- Purba, A. B., & Nugroho, D. A. (2017). Pengaruh Product Placement Samsung dan Brand awareness terhadap Purchase Intention.
- Rabbani, A. (2021, July 29). *Pengertian Minat Beli, Aspek, Faktor, Indikator, dan Tahapannya*. Dipetik Maret 16, 2022, dari <https://www.sosial79.com>.
- Raharjo, S. (2017, maret). *Panduan Lengkap Uji Analisis Regresi Linear Sederhana dengan SPSS*. Dipetik juli 3, 2021, dari SPSS Indonesia: <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html>
- Razati, G., Safitri, N. G., & Dirgantara, P. D. (2020). The Effect of Product Placement on Interest in Using Grab as An Online Transportation Services. *Advances in Economics, Business and Management Research*.

- Riadi, M. (2018, December 22). *Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli*. Dipetik Maret 24, 2022, dari <https://www.kajianpustaka.com>.
- Riadi, M. (2018, November 7). *Pengertian, Jenis, Dimensi dan Strategi Product Placement*. Dipetik March 12, 2022, dari <https://www.kajianpustaka.com>.
- Rusdiono Consulting. (2020, April 19). *Siapa Jagoan Mie Instant di Indonesia?* Dipetik June 24, 2022, dari RDN Consulting.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saprila, S., & Soerjoatmodjo, G. W. (2019, April 22). *Product Placement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)*. Dipetik Maret 15, 2022, dari <https://www.infobintaro.com>.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Shimp, T. A. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. South Western: Cengage Learning.
- Steven, & Sudrajat, R. H. (2018). Pengaruh Product Placement terhadap Brand Awareness "BMW" pada Film Mission Impossible: Fallout. *Jurnal Scriptura*, 78.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: CV Alfabeta.
- W, J. K., & 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, 2*.
- Wahyono, B. (2017). *Sikap Konsumen*. Dipetik Maret 25, 2022, dari <https://www.pendidikanekonomi.com>.
- Wihaha, R. P. (2022). *Lezat! Ternyata Ini Top 10 Merek Mie Pasta Instan Terlaris di E-Commerce*. Dipetik June 24, 2022, dari [Compas.co.id](https://www.compas.co.id).

Wulandari, D. (2021, March 5). "*Banjir*" Iklan, Efektifkah Branding di "*Ikatan Cinta*"? Dipetik June 22, 2022, dari marcomm.

Wulandari, K. A. (2019). Efektivitas Product Placement Hyundai pada Drama Korea Descendants of the Sun terhadap Brand Awareness Survey pada Penonton Drama Korea Dots di Tangerang. *Jurnal Visi Komunikasi*, 134.