

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, Michal. (2007). Analisa Strategi Penempatan Merek Sebagai Bagian dalam Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Jurnal urnal Ilmiah ASET*, Vol.9, No.2, STIE Widya Manggala Semarang.
- Avery Rosemary J dan Rosellina Ferraro. 2000. Verisimilitude or Advertising? Brand Appearances on Prime Time Television. *Journal of Consumer Affairs*, 34(2), 217-244.
- Belch, George E dan Michael A. Belch. 2004. *Advertising and Promotion. An Intregrated Marketing Comunciations Perspective, sixth edition*. North America : The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Fill,Chris.2006. *Marketing Communication: Framework, Theoris, and Application, Hertfordshire: McGraw Hill*.
- Gupta, Pola B., dan Lord, Kenneth. 1998. Product Placement in Movies: the Effect of Prominance and Mode on Audience Recall. *Journal of Current Issues and Reseach in Advertising*. Vol 20,40-49.
- Julivan Rumambi, Leonid. (2008). Faktor yang Mempengaruhi Sikap Audience Terhadap Product/Brand Placement dalam Acara Televisi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 10, No. 1, pp 50-65
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, Gani. (2008). Product Placement dan Brand Evaluation Produk dalam Suatu Film. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 9, No. 2,pp 118-137
- Kotler dan Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Indeks
- Novandri SN, Made. (2010), “ *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan* “. Semarang : Program Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Panda, T. K. 2004 *Consumer Response to Brand Placement in Film Role of Brand Congruity*.

Pola B., dan Lord, Kenneth. 1998. Product Placement in Movies: the Effect of Prominence and Mode on Audience Recall. *Journal of Current Issues and Reseach in Advertising*. Vol 20,40-49.

Priyono, Nino, dan Adi Zakaria Afiff. (2011). Pengaruh Strategy Product Placement dan Peran Penting Brand Liking pada Peningkatan Brand Attitude Suatu Merek yang Ditempatkan Dalam Film. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia*, Vol. 40, No. 2, pp. 122-138.

Riyanto, Makmun. (2008). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*. Semarang: Megister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Sitorus, Mariati. (2010). *Pengaruh Product Placement Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara Atas Merek Gery Chocolatos Dalam Acara Tv Take Me Out Indonesia*. Medan : Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.

Susanti, Liani. (2011). *Pengaruh Brand Placement Nike dalam Film Step UP 3D Terhadap sikap Audiens Remaja disanggar Tari Modern Dance dan HipHop Dance di DKI Jakarta*. Karawaci : Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.

Trah Herdwangkara, Fadingga. (2009). *Analisis Hubungan Antara Audience Characteristic Dengan Product Category/Brand recall Pada Product Placement Dalam Film*. Depok : Program Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

http://en.wikipedia.org/wiki/X_Factor_Indonesia_%28season_1%29#Ratings
<http://www.tempo.co/read/news/2005/03/03/05657418/53-Persen-Pemirsa-Nilai-Iklan-Televisi-Membosankan>