

DAFTAR PUSTAKA

A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga. Aaker, David. 1997

Agus Mulyanto. 2009. Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

Biehal et al., 1992), mediating variable (e.g. Ugur & Abdulla, 1993)

Choi, Y.K. and Miracle, G.E. (2004), “The effectiveness of comparative advertising in Korea and the United States

Deni Mahdiana.,2011. Analisa Dan Rancangan Sistem Informasi Pengadaan. Barang Dengan Metodologi Berorientasi Obyek : Studi Kasus Pt. Liga. Indonesia.

Dr. Didit Widiatmoko, Drs. MSn. Buku Metodologi Penelitian Visual

Durianto, dkk. (2003). Invasi pasar dengan iklan yang efektif: Strategi, program dan teknik pengukuran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Fauzi, Achmad..

<https://contentmarketinginstitute.com/2020/10/instagram-stories-feed-igtv-reels/>

<http://digilib.iainkendari.ac.id/1603/3/BAB%20II.pdf>

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10087/04.2%20BAB%202.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

http://etheses.uin-malang.ac.id/1863/7/10510101_Bab_3.pdf

<http://repository.radenfatah.ac.id/4141/4/BAB%20II.pdf>

<https://tekno.kompas.com/read/2021/11/17/18453407/evolusi-konten-video-di-instagram-dari-feed-hingga-reels?page=all>

J.Paul Peter & Jerry C. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. 2nd. ed. 4 Jakarta: Penerbit Erlangga. Bistari (2003). “Dasar-Dasar Pemasaran”.

K.L.Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Kusrini, M.kom dan Andri Koniyo, 2007, *Tuntunan Praktis membangun sistem informasi Akuntansi Dengan Visual Basic dan Microsoft SQL Server*.

Lavidge, Robert J. & Gary A. Steiner (1961), “A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness,” *Journal of Marketing*, 25(October):59-62

Putrevu, S., & Lord, K. R. (1994). Comparative and noncomparative advertising: Attitudinal effects under cognitive and affective involvement conditions. *Journal of Advertising*, 23(2), 77–91.

Rizky, Soetam. 2011. *Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.