

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Griffin, Emory. 2003. *A First Look at Communication Theory* 5th ed. New York: McGraw-Hill
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana
- Belch & Belch. 2001. *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill
- Djali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung PT. Remaja Rosda Karya
- Kapferer, Jean-Noel & Bastien, Vincent. 2012. *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands* 2nd Edition. London. Kogan Page.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications* Ebook. Somerset, NJ, USA: Wiley

Liliweri, Alo. 1992. Dasar-dasar Komuniaksi Periklanan. Bandung: Citra Aditya Bakti

McQuail, Denis. 1989. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Jakarta: Erlangga

Royan, Frans M. 2004. Marketing Celebrities. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Slameto.2003. Belajar dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Caloipta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Jurnal

APJII. 2018. Laporan Survei Penetrasi dan Profil Pelaku Pengguna Internet Indonesia

Calvin Sinatra Jusuf, David R.H.. 2019. Apakah Iklan Televisi Masih Kuat Mempersuasi Konsumen di Era Teknologi, Komunikasi dan Informasi. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia. Volume 13 Number 1: 37-45

P.Veleva. 2019. Internet Advertising – A Marketing Tool Supporting E-Commerce. Trakia Journal of Science. Volume 17 Issue Supplement 1: 883-890

Luh Gede Permata Sari Devi, Natasya Edyanto, Hotlan Siagian. 2020. The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. SHS Web of Conferences. Volume 76: 01023

Van Thac Dang, Jianming Wang, Thinh Truong Vu. An Integrated Model Of The Younger Generation's Online Shoppingg Behaviour Based On Empirical

Evidence Gathered From An Emerging Economy. PLoS ONE. Volume 15
Issue 5: 1-19

Internet

Muhammad, Iqbal. 2012. “Pengertian E-Commerce”.
<http://www.unpas.ac.id/pengertian-e-commerce/>. Diakses pada 20 Maret 2020.

Widowati, Hari. 2019. “Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia”.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. Diakses pada 25 Februari 2020.

“___”. 2019. “The Map of E-Commerce In Indonesia”.
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>. Diakses pada 25 Februari 2020.

Lubis, Mila. 2019. “Optimizing Communication and Marketing Strategy With Nielsen Total Audience”.
<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2019/optimizing-communication-and-marketing-strategy-with-nielsen-total-audience/>. Diakses pada 25 Februari 2020.

Susilawati & Utami. 2020. “Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Shopee Versi Blackpink terhadap Brand Loyalty Mahasiswa Jakarta”.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6470>. Diakses pada 25 Februari 2020.

Dewi, Dian Ayunita Nugraheni Nurmala. 2018. “Modul Uji Validitas dan Reliabilitas”.

https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas. Diakses pada 25 Februari 2020

Andira, Nabila Putri. 2019. “Pengaruh Brand Ambassador Via Vallen Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee”. <http://repository.bakrie.ac.id/2408/>. Diakses pada 25 Februari 2020.

LAMPIRAN

Matriks Kuesioner

VARIABEL	INDIKATOR	TOLAK UKUR	SKALA DATA	KUESIONER
Terpaan Iklan Shopee di Televisi	Frekuensi	Seberapa sering responden melihat iklan Shopee di televisi	Ordinal	1. Iklan Shopee di televisi tayang minimal tiga kali dalam sehari di stasiun televisi yang berbeda
				2. Iklan Shopee di televisi lebih sering terlihat dibanding iklan toko online lain
	Durasi	Seberapa lama responden	Ordinal	1. Responden menyaksikan iklan Shopee dari awal

		melihat iklan Shopee di televisi		sampai selesai di setiap penayangan
	Pengetahuan	Seberapa paham responden mengetahui isi pesan dan hal unik dalam iklan Shopee di televisi	Ordinal	1. Bahasa yang digunakan dalam iklan Shopee jelas dan mudah dipahami
				2. Tagline iklan Shopee “Gratis Ongkir” menarik dan melekat dalam ingatan
				3. Tagline iklan Shopee “Flash Sale” menarik dan melekat dalam ingatan
				4. Tagline iklan Shopee “Beli Semua di Shopee” menarik dan melekat dalam ingatan
				5. Lagu iklan Shopee “Di Shopee Pi Pi Pi Pi Pi” menarik dan melekat dalam ingatan
				6. Lagu iklan Shopee “Ayo Goyang Shopee” menarik dan melekat dalam ingatan
				7. Nada pengucapan “Shopee” dalam iklan menarik dan melekat dalam ingatan

				8. Iklan Shopee “Sepedanya Mana” menarik dan melekat dalam ingatan
				9. Iklan Shopee menampilkan ilustrasi gambar yang menarik
				10. Isi pesan iklan Shopee jelas dan mudah dipahami
Daya Tarik Brand Ambassador	Visibility	Responden mengetahui brand ambassador iklan Shopee di televisi	Ordinal	1. Sebutkan sebanyak mungkin artis atau bintang iklan Shopee yang Anda ketahui
				2. Anda sudah mengenal artis atau bintang iklan tersebut sebelum mereka membintangi iklan Shopee
	Credibility	Responden mengetahui dan mengakui talenta brand ambassador	Ordinal	1. Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui memiliki reputasi yang baik
2. Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui memiliki talenta dalam bidangnya masing- masing				
	Attraction	Brand ambassador	Ordinal	1. Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui

		memiliki hal unik yang disukai responden		memiliki penampilan yang menarik
				2. Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui merupakan sosok yang populer
				3. Saya merupakan penggemar dari bintang iklan Shopee tersebut
	Power	Responden tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh brand ambassador	Ordinal	1. Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui membuat anda yakin dan percaya dengan promosi yang dilakukan Shopee
				2. Saya ingin mengikuti anjuran dari bintang iklan Shopee tersebut
				3. Saya teringat iklan Shopee ketika melihat bintang iklan tersebut meskipun bukan di tayangan iklan Shopee
Minat mengunduh	Ketertarikan	Responden menilai aplikasi Shopee	Ordinal	1. Aplikasi Shopee adalah aplikasi e-commerce terbaik di Indonesia
		Responden sudah atau pernah mengunduh	Nominal	1. Saya sudah atau sudah pernah mengunduh aplikasi Shopee

		aplikasi Shopee		
		Responden yang belum pernah mengunduh aplikasi Shopee memiliki ketertarikan untuk mengunduh	Nominal	1. Saya tertarik mengunduh aplikasi Shopee

Kuesioner Penelitian

Hubungan Antara Iklan Shopee Di Televisi Dan Daya Tarik Brand Ambassador Shopee
Terhadap Minat Mengunduh Aplikasi Shopee

Nama Responden :

Umur :

Institusi Pendidikan :

Petunjuk Penelitian:

- Jawablah pertanyaan dengan memilih salah satu dari empat alternatif jawaban yang tersedia
- Keterangan: SS: Sangat Setuju, S: Setuju, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju

A. Terpaan Iklan

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Iklan Shopee di televisi tayang minimal tiga kali dalam sehari di stasiun televisi yang berbeda				
2	Iklan Shopee di televisi lebih sering terlihat dibanding iklan toko online lain				
3	Responden menyaksikan iklan Shopee dari awal sampai selesai di setiap penayangan				
4	Bahasa yang digunakan dalam iklan Shopee jelas dan mudah dipahami				
5	Tagline iklan Shopee “Gratis Ongkir” menarik dan melekat dalam ingatan				
6	Tagline iklan Shopee “Flash Sale” menarik dan melekat dalam ingatan				
7	Tagline iklan Shopee “Beli Semua di Shopee” menarik dan melekat dalam ingatan				
8	Lagu iklan Shopee “Di Shopee Pi Pi Pi Pi Pi” menarik dan melekat dalam ingatan				
9	Lagu iklan Shopee “Ayo Goyang Shopee” menarik dan melekat dalam ingatan				
10	Nada pengucapan “Shopee” dalam iklan menarik dan melekat dalam ingatan				
11	Iklan Shopee “Sepedanya Mana” menarik dan melekat dalam ingatan				
12	Iklan Shopee menampilkan ilustrasi gambar yang menarik				
13	Isi pesan iklan Shopee jelas dan mudah dipahami				

B. Daya Tarik Brand Ambassador

Sebutkan sebanyak mungkin bintang iklan Shopee yang Anda ketahui

1.
2.
3.
4.
5.
6.

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Anda sudah mengenal artis atau bintang iklan tersebut sebelum mereka membintangi iklan Shopee				
2	Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui memiliki reputasi yang baik				
3	Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui memiliki talenta dalam bidangnya masing-masing				
4	Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui memiliki penampilan yang menarik				
5	Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui merupakan sosok yang populer				
6	Saya merupakan penggemar dari bintang iklan Shopee tersebut				
7	Bintang iklan Shopee yang Anda ketahui membuat Anda yakin dan percaya dengan promosi yang dilakukan Shopee				
8	Saya ingin mengikuti anjuran dari bintang iklan				

	Shopee tersebut				
9	Saya teringat iklan Shopee ketika melihat bintang iklan tersebut meskipun bukan di dalam tayangan iklan Shopee				

C. Minat Mengunduh

1. Saya pernah mengunduh aplikasi Shopee

- a. Ya
- b. Tidak

Pertanyaan lanjutan bagi yang menjawab “b. Tidak”

2. Saya tertarik mengunduh aplikasi Shopee

- a. Ya
- b. Tidak