

Daftar Pustaka

Buku, Jurnal dan Skripsi

- Achmadi, U. F. (2014). *Kesehatan masyarakat: teori dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Anggoro, M.L. (2008). *Teori dan profesi kehumasan: serta aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi penelitian untuk public relations: kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik (cet. XV)*. Bandung: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi sosial media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi, dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana.
- Chatra, E. & Nasrullah, R. (2008). *Public relations: strategi kehumasan dalam menghadapi krisis*. Bandung: Maximalis.
- Hawkins, dkk. (2001). *Consumer behavior building marketing strategi 8th edition*, New Jersey: McGraw-Hill.
- Karadeniz, M. (2013). The effects of advertisements on the consumers' brand preference of white goods. *Jurnal Marmara Üniversitesi*, 34, hlm. 191-210.
- Komala, L. (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses dan Konteks*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, R.A. (2011). *Repersentasi kecantikan wanita dalam iklan nature-e (analisis semiotika terhadap iklan majalah nature-e)*. (Skripsi). Universitas Pembangunan "Veteran". Jakarta.
- Ministry of Health. (2008). *Promoting Oral Health: A toolkit to assist the development, planning, implementation and evaluation of oral health promotion in New Zealand*. Wellington: Ministry of Health.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Lina Salim. Penerjemah. Edisi ke-5 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, D. (2002). Pengaruh terpaan informasi kesehatan di televisi terhadap sikap hidup sehat keluarga. *Jurnal Mediator*, 3 (2), hlm. 309-322.
- Murtiadi, dkk. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Psikosain.

- Purnama, N. & Setyowati, R.D. (2003). Pengaruh iklan televisi menggunakan background musik terhadap recall audience. *Jurnal Kajian Bisnis dan Manajemen*, 6 (1), hlm. 1 – 20.
- Rahim, M.H.A., dkk. (tt). The effects of gender advertising on brand image: the malaysian context. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 27(1),hlm.118-132.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raingrubber, B. (2014). *Contemporary health promotion in nursing practice*. Burlington : Jones & Bartlett Learning.
- Riduwan. (2012). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rossiter, J.R.&Percy,L.(1987). *Advertising and promotion management*, New York, Mc Graw Hill.
- Ruslan, R. (2013). *Metode penelitian: public relation & komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saladin, D. (2002). *Manajemen pemasaran: analisis, pelaksanaan, pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Sawant, R.P. (2012). Impact of advertising on brand awareness and consumer preference (with special reference to men`s wear). *IOSR Journal of Business and Management*, 5(6), hlm.54-61.
- Setiowati, N. (2008). *Daya tarik iklan produk rokok gudang garam merah di media televisi*. (Skripsi). Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Setyorini, D. & Mahmudoh, S. (2011). *Pengaruh terpaan iklan di televisi terhadap kesadaran merk: Studi Kasus Terpaan Iklan “Kartu As versi Smash” di Televisi terhadap Kesadaran Merk pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Untirta Angkatan 2006-2010*. (Jurnal). Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Banten.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan & promosi: aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Revyani Sjahrial & Dyah Anikasari. Penerjemah. Edisi ke-5 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif & portable*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, B.E. (2000). Model difusi inovasi kesehatan pada masyarakat desa di Jawa Barat. *Majalah Kedokteran Bandung* 32 (1).
- Siswanto, B. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sultansyah, M.D. (2010). *Tingkat pengetahuan siswa SD di Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi "litte monster" (studi deskriptif tingkat pengetahuan siswa SD di Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi "litte monster" di televisi)*. (Skripsi). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Surabaya.
- Sumanto. (2014). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: CAPS.
- Tim Penulis. (2015). *Laporan profile Desa Buahdua tahun 2015*. Sumedang : Desa Buahdua.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi bisnis pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, E., dkk. (2012). Hubungan perilaku membersihkan gigi dengan kejadian karies gigi pada murid SD 204 Amassangang Kabupaten Pinrang. *Jurnal Stikes Nani Hasanudin*, 1 (4), hlm. 1-6.
- Weilbacher, W.M. (1979). *Advertising*. New York: Macmillan Publishing.
- Wells, W., dkk. (2000). *Advertising: principles and practice*. Fifth Edition. Prentice-Hall.

Online

- Crownia, E. (2015, 24 06). *Putih = cantik, persepsi kecantikan dan obsesi wanita untuk tampil cantik*. Diakses dari *Kompasiana.com*. http://www.kompasiana.com/elsyacrownia/putih-cantik-persepsi-kecantikan-dan-obsesi-wanita-untuk-tampil-cantik_551fff898133116c709de434, diakses pada 24 Mei 2016.
- Fisamawati. (2014, 09 10). *Program Promotif dan Preventif ala Pepsodent*. Diakses dari *Marketing.co.id*. <http://marketing.co.id/program-promotif-dan-preventif-ala-pepsodent/.html>, diakses pada 15 Mei 2016.
- Putri, A. (2012, 19 6). Komnas HAM: Iklan Rio Berdampak Buruk bagi Anak. Diakses dari *m.tempo.co* <http://m.tempo.co/read/news/2012/06/19/173411565/komnas-ham-iklan-rio-berdampak-buruk-bagi-anak.html>, diakses pada 14 Juli 2016.
- Top Brand Indonesia. (2016). *Top Brand pasta gigi di Indonesia tahun 2014-2016*. Diakses dari *topbrand-award.com*. http://topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index.html, diakses pada 7 April 2016.