

Daftar Pustaka

Buku

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Sixth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Bertens, K. (2009). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Haryono, G. T. (2014). *20 Kunci Sukses Tony Fernandes*. Yogyakarta: KOBIS (Komunitas Bisnis).
- Herdiansyah, H. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif: untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jefkins, F. (1995). *Periklanan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krippendorff, K. (1991). *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muktaf, Z. M. (2015). *Periklanan: Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Prastowo, A. (2016). *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoretis dan Praksis*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi ke-5 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Suryabrata, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Jurnal

- Balakrishnan, B. K., Shuaib, A. S., Dousin, O., & Permarupan, P. (2012). The Impact Of Brand Placement And Brand Recall In Movies: Empirical Evidence From Malaysia. *International Journal Of Management And Marketing Research* , 41.

- Panda, T. K. (2004). Consumer Response to Brand Placement in Films: Role of Brand Congruity and Modality of Presentation in Bringing Attitudinal Change Among Consumers with Special Reference to Brand Placement in Hindi Films. *South Asian Journal of Management* , 11-12.
- Purnomo, Z. V. (2015). Product Placement: Film, Program Televisi, Video Games, Atau Musik? *Jurnal Studi Manajemen* , 104-105.
- Soba, M., & Aydin, M. (2013). Product Placement Efficiency in Marketing Communication Strategy. *International Journal of Business and Management* , 111-112.
- Tsai, M.-t., Liang, W.-k., & Liu, M.-L. (2007). The Effects of Subliminal Advertising on Consumer Attitudes and Buying Intentions. *International Journal of Management* , 3-14.

Web

- Afp-Jiji. (2014). *Product placement puts South Korean TV dramas on map*. <http://www.japantimes.co.jp/news/2014/06/22/world/product-placement-puts-s-korean-soaps-map/#.WELiivlMrD0> (diakses pada tanggal 03 Desember 2016 pukul 22.21)
- AirAsia Press Releases. (2016). AirAsia: *Tourism Malaysia's Participation in KBS Korean drama "On the Way to the Airport" new cooperation model*. <http://www.airasia.com/sg/en/press-releases/airasia-Tourism-malaysia%27s-participation-in-kbs-korean-drama-on-the-way-to-the-airport-new-cooperation-model.page> (diakses pada tanggal 04 Desember 2016 pukul 16.55)
- Khairunnisa. (2005). 53 Persen Pemirsa Nilai Iklan Televisi Membosankan. <https://m.tempo.co/read/news/2005/03/03/05657418/53-persen-pemirsa-nilai-iklan-televisi-membosankan> (diakses pada tanggal 03 Desember 2016 pukul 19.30)
- (2010). *Product Placement in Movies and TV Series*. <http://m.kapanlagi.com/film/insight-hollywood/product-placement-in-movies-and-tv-series.html> (diakses pada tanggal 03 Desember 2016 pukul 21.32)
- (2012). Tony 'AirAsia' Fernandes: Kuncinya Berbeda dan Fokus. <http://m.bisnis.com/entrepreneur/read/20121127/265/206/tony-air-asia-fernandes-kuncinya-berbeda-dan-fokus> (diakses pada tanggal 21 Februari 2017 pukul 22.34 WIB)

—(2016). Sangar, '*On the Way to the Airport*' Ternyata Syuting di Pesawat Sungguhan. <http://www.wowkeren.com/berita/tampil/00130658.html> (diakses pada tanggal 04 Desember 2016 pukul 16.50)