

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Unicef, “Education For All 2000-2015: Achievements And Challenges,” *Unesco*, 2015. [Online]. Available: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002322/232205e.pdf>.
- [2] [www.UnicefIndonesia.org](http://www.unicef.org/indonesia/id/education_3143.html), “Upaya INICEF-Pendidikan Dasar Untuk Semua,” 2015. [Online]. Available: http://www.unicef.org/indonesia/id/education_3143.html. [Accessed: 01-Jan-2015].
- [3] [Www.Unicef.org](http://www.unicef.org/indonesia/id/education.html), “Pendidikan,” 2012. [Online]. Available: <http://www.unicef.org/indonesia/id/education.html>. [Accessed: 01-Jan-2015].
- [4] D. J. P. M. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, *Petunjuk Teknik Program Indonesia Pintar (PIP)*. Jakarta: Subdit Kelembagaan dan Peserta Didik Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas, 2015.
- [5] Kemendikbud, “Petunjuk Teknis Pengajuan dan Pengelolaan Penyelenggaraan Rintisan Rumah Pintar,” 2012. [Online]. Available: http://pkbm-indonesia.com/yahoo_site_admin/assets/docs/juknis_rintisan_rumah_pintar.184205319.pdf.
- [6] J. R. Situmorang, “Pemasaran Viral,” *Adm. Bisnis*, vol. 6, no. No.1, pp. 59–71, 2010.
- [7] S. S. Sinaga, “Efektivitas Ikan Televisi Sabun Lux Dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Sabun Mandi,” Institut Pertanian Bogor, 2008.
- [8] C. E. Sariningsih, “EFEKTIVITAS IKLAN SITUS JEJARING SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PURWOKERTO DENGAN MENGGUNAKAN CONSUMER DECISION MODEL,” Universitas Gadjah Mada, 2012.
- [9] B. R. Kurniawan, *Studi Efektivitas Penggunaan Jejaring Sosial Sebagai Penunjang Proses Pembelajaran Pada mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang*. Universitas Semarang, 2010.
- [10] B. Riyantoro and A. Harmoni, “Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai salah Satu Strategi Pemasaran Kripik Pedas Maichih Dengan Menggunakan

- Metode EPIC,” *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekon. Sastra, Arsit. Tek. Sipil)*, 2013.
- [11] Yuniar, “Pengaruh Empati, Persuasi Dampak, Komunikasi Terhadap Citra Merek dikalangan Mahasiswa Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Syiah Kuala banda Aceh (Studi Kasus Iklan Televisi Air Mineral Merek AQUA),” *J. Umum Manaj. Pasca Sarj. Univ. Syiah Kuala*, 2012.
- [12] R. D. Dinar, *Pengaruh Iklan Dengan EPIC Model Pada Media Televisi Terhadap Sikap Penonton (Studi Kasus Pada Iklan Minuman Isotonik Fatigon Hydro Versi “Macet” di Kota Pekanbaru)*. Pekanbaru, Riau: Jurnal Sosial Ekonoi Pembangunan, 2012.
- [13] D. et. a. Durianto, *Invasi Pasar dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- [14] Hermansyah Asep, “Analisis Keefektifan Facebook ADS di Jejaring Sosial Facebook.com sebagai Media Iklan Online Berdasarkan Respon Pengguna,” Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2013.
- [15] F. Rangkuti, *Riset pemasaran*. Jakarta: PT.Gramedia., 1997.
- [16] A. Nielsen, *EPIC Dimensions of advertising Effectiveness*. AC Nielsen Ads@work, 2000.
- [17] J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta, 1996.
- [18] J. G. Panuntun, “Hubungan Pola Asuh Orang Tua dengan Empati pada siswa kelas X SMK 3 Salatiga,” Universitas Parahiangan, 2012.
- [19] S. and Tankard, *No Tit*. 1992.
- [20] Ghozali Imam, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Last Square PLS*, 3rd ed. Semarang: Badan Penerbiit Universitas Diponegoro, 2011.
- [21] I. G. N. M. J. dan I. M. Sumertajaya, “Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square,” in *Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika*, 2008, pp. 118–132.

- [22] P. D. Mahfud Sholihin and D. D. Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.
- [23] H. Soewarno, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Haji Masagung, 1994.
- [24] G. polous DanTannenbaum, *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga, 1985.
- [25] R. M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (alih baha. jakarta.
- [26] A. Urniawan, *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta, 2005.
- [27] Hidayat, "Teori Efektifitas Dalam Kinerja Karyawan," 1986.
- [28] T. . Shimp, *Periklanan Promosi ; Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 2, E. Jakarta: Erlangga, 2003.
- [29] D. H. Basril, *Terperangkap Dalam Iklan. Meneropong Imbas Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- [30] Effendy Uchjana Onong, *Ilmu, Teori dan Filsafah Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- [31] W. William, *Advertising Principles and Practice*. .
- [32] A. Liliweri, *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: PT. Citra Adya Bakti., 1992.
- [33] D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- [34] J. Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosakarya, 2004.
- [35] Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, Cet. Kedel. Bandung: ALFABETA.
- [36] Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997.
- [37] S. M. Wells William, John Burnet, *Advertising: Principles and Practise*, Second Edi. New Jersey: Englewood, 1992.

- [38] A. . Madjadikara, *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan: Bimbingan Praktis Penulisan Naskah Iklan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- [39] Lee Monle dan Carla Johnson, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Prespektif Global*. Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2007.
- [40] “Kamus Bahasa Indonesia Online - Cari Definidi Kata”. [Online]. Available: <Http://kamusbahasaindonesia.org>. [Accessed: 01-Jan-2014].
- [41] Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- [42] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [43] H. Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Cetakan Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- [44] J. F. Hair, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet*, J. Mark. .
- [45] Sunyoto D, *Validitas dan Realibilitas, 1st ed*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2012.
- [46] Ghozali Imam, *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS*. Semarang: Badan Penerbiit Universitas Diponegoro, 2014.
- [47] S. Syofian, *Statistik Parametrik untuk Peneitian Kuantitatif*, Cetakan ke. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.
- [48] K. K. Wong, “Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS,” *Mark. Bul.*, vol. 24, 2013.
- [49] J. F. Hair, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, “PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet,” *J. Mark. Theory Pract.*, vol. 19, no. 2, pp. 139–151, 2011.