

DAFTAR PUSTAKA

I. BUKU:

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press
- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi Edisi 8*. Jakarta : Salemba
- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta :Erlangga
- Alma, Buchari. 2010. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Samsia Rekatama Media
- Bajari, Atwae. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Prosedur, Trend dan Etika*. Bandung : Simbiosia Rekatama Media
- Belch, George E, Michael A. Belch. 2001. *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Duncan, Tom. 2002. *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York: Mc Graw Hill.
- E.Clow & Baack Donald. 2016. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (Seventh Edition and Global Edition)*. England: PEARSON
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang : UMM Press
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika

- Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kennedy, John. E dan R. Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication:Taktik dan Strategi*. Jakarta:PT.Buana Ilmu Populer
- Kismono, G. 2011. *Pengantar Bisnis, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Insight From A To Z 80 Konsep Yang Harus Dipahami Setiap Manajer*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Damos Sihombing.Alih Bahasa. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2*. (Damos Sihombing. Alih Bahasa). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jiid 1*.Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta:Erlangga
- Prayitno, Sunarto dan Rudi Harjanto. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*.Depok : PT Rajagrafindo Persada
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang:Kelompok Intrans Publishing
- Shimp, Terrence. A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*.Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Siswanto, Fritz Kleinsteuber. 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Damar Melia Pustaka.
- Sulaksana, Uyung. 2005. *Integrated Marketing Communication Teks dan Kasus*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: Penerbit CAPS

- Surmawan, Ujang, Achmad Fachroddi. 2010. *Pemasaran Strategik : Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*.Bogor:IPB Press
- Soemanagara, RD. 2008. *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis dan Terapan*.Bandung: Alfabeta
- Sutisna. (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, , Cetakan I.
- Sutisna, 2006. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung :PT. Remaja Rosdakarya.
- Triton PB. 2008. *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*.Yogyakarta :Tugu Publisher
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*,Cet. II . Jakarta: PT Indeks
- Wursanto Ig. 2001 . *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Yogyakarta : Kanisius

II. JURNAL ILMIAH

- Dian Nuranindya. 2012. *Proses Pembentukan Brand Awareness dan Brand Image Melalui Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Pada Produk Jasa Baru (Studi Kasus Produk Rumah Holcim)* [Tesis]. Jakarta (ID). Universitas Indonesia
- Faisal Reza. *Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id*. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk
- Lailatul Sa'diya. *Strategi Promosi di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek di Era Generasi Z*. Universitas Trunojoyo Madura.
- Rio Prayogo. 2014. *Strategi Penjualan Top Coffee (Implementasi Studi Deskriptif Pada Strategi Promosi Penjualan Top Coffee di Area Kediri)*. Malang. Universitas Brawijaya
- Sarah Santi. 2006. *Dari Komikasi Pemasaran ke Komunikasi Pemasaran Terpadu*.3(2):62-70

Sherly Margaretha, Widyatmoko, M. Adi Pribadi. 2012. *Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun Brand Association*.1(5):455-462

Sutisna. (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, Cetakan I.

III. INTERNET

Prof Dr. H. Mudjia Raharjo M.Si. 2010. Oktober. Macam-macam Triangulasi Data di www.uin-malang.ac.id (akses 18 Juli 2019)

www.muliaraya.co.id

www.kurmahijra.com