KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

DAFTAR PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BUKU TEKS

Baran, Stanley J. (2008), *Pengantar Komunikasi Massa* (Jilid 1, Edisi 5), Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hermawan, Agus. (2012), *Komunikasi Pemasara*n, 2012: Penerbit Erlangga.

Kertamukti, Rama M.Sn. (2015), *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, 2015: RajaGrafindo Persada.

Moriarty, Sandra et al (2011), *Advertising* (Edisi Kedelapan), Jakarta: Prenada Media Group.

Morissan. (2010), Periklanan: *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 2010: Prenada Media Group.

Morissan. (2013), *Teori Komunikasi – Individu Hingga Massa*, 2013: Prenada Media Group.

Muazd, Iriana E. (2015), *Brand Manager Essentials 6 - Brand Communication, Bring the Brand to Life*, 2015: Penerbit IPB Press.\

Pawito (2007), *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyskarta: LKiS Pelangi Aksara.

Prisgumanto, Ilham (2014), *Komunikasi Pemasaran Era Digital*; 2014: Prisani Cendekia.

Rahmat Kriyantono. (2008), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group.

Rivers, William L., et al (2012), *Media Massa & Masyarakat Modern* (Edisi 2), Jakarta: Prenada Media Group.

Soefijanto, Totok Amin dan Ika Karlina Idris (2012), *Integrated Marketing Communications: Komunikasi Pemasaran di Indonesia*. 2012: Gramedia Pustaka Utama.

INTERNET

Bagus, Denny 2010, 'Konsep Bauran Pemasaran [Marketing Mix] : Definisi dan Evolusi Faktor Bauran Pemasaran [Marketing Mix]', diakses pada tanggal 4 Maret 2014 http://jurnal-sdm.blogspot.com/2010/01/konsep-bauran-pemasaran-marketing-mix.html

Harlona 2013, 'Pengertian Media Massa', diakses pada tanggal 10 Maret 2015 http://harlona.blogspot.com/2013/04/pengertian-media-massa.html

Inthiem, Aprlila 2010, 'Studi Kepustakaan', diakses pada tanggal 6 Mei 2014 http://april04thiem.wordpress.com/2010/11/12/studi-kepustakaan/

'Komunikasi Massa, Pengertian dan Karakteristiknya' 2010, diakses pada tanggal 10 Maret 2014 http://meopinion.wordpress.com/2010/09/27/komunikasi-massa-pengertian-dan-karakteristiknya/

'Komunikasi Pemasaran', 2011, diakses pada tanggal 27 April 2015 http://gemapariwara.blogspot.com/2011/09/komunikasi-pemasaran.html

Kris 2010, 'Iklan dan Tujuan Iklan', 2010, diakses pada tanggal 21 Agustus 2014 http://ambhen.wordpress.com/2010/10/03/iklan-dan-tujuan-iklan/

Marwanto, Eko 2012, 'Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence)', diakses pada tanggal 29 April 2015 http://www.ekomarwanto.com/2012/04/marketing-mix-7p-produk-price-promotion.html

Muhammad, Rifkie 2012, 'Bauran Pemasaran (7P)', diakses pada tanggal 4 Maret 2014 http://rifkiemuhammad.blogspot.com/2012/11/bauran-pemasaran-7p_8878.html

'Pengertian / Definisi Pemasaran' 2011, diakses pada tanggal 4 Maret 2014 http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-pemasaran.html

'Pengertian Iklan Dan Jenis - Jenis Iklan' 2012, diakses pada tanggal 5 Januari 2015 http://rellsafan.blogspot.com/2012/05/pengertian-iklan-dan-jenis-jenis-iklan.html

'Peranan,Fungsi & Keuntungan Radio', diakses pada tanggal 15 Juli 2013, http://www.nagaswarafm.com/peranan-fungsi-keuntungan-radio.php

'Promosi', diakses pada tanggal 29 April 2015 http://apngaza.8m.com/marketing/Bab7-Promotional%20Mix.htm

Robby 2012, 'Konsep Dan Macam-Macam Metode Penelitian', diakses pada tanggal 5 Mei 2014 http://karobby.wordpress.com/2012/05/12/konsep-dan-macam-macam-metode-penelitian/

Romli, ASM 2012, 'Media Massa: Pengertian, Karakter, Jenis, dan Fungsi', http://romeltea.com/media-massa-makna-karakter-jenis-dan-fungsi/, diakses pada tanggal 4 Maret 2014

Suegi, Tony 2013, PROMOTION MIX (Bauran Promosi)', diakses pada tanggal 29 April 2015 http://tonysoegi.blogspot.com/2013/10/promotion-mix-bauran-promosi.html

Sufyan, Wildha, 'Minat Beli Kotler', pp. 8, diakses pada tanggal 29 April 2015 http://www.academia.edu/7939776/Minat_beli_kotler

'Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran' 2009, Raja Presentasi, diakses pada tanggal 29 April 2015 http://rajapresentasi.com/2009/04/strategi-pemasaran-dan-bauran-pemasaran/

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

©Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sundoro, Adelia 2013, 'Radio Sebagai media bisnis yang menggiurkan', diakses pada tanggal 4 Maret 2014 http://adeliasundoro.wordpress.com/tag/radio/

Tohir, Muhammad 2014, 'Pengertian Marketing Mix', diakses pada tanggal 29 April 2015 http://www.lebahmaster.com/tips-dan-trik/tips-marketing/pengertian-marketing-mix

'Wawancara Adalah', 2010, diakses pada tanggal 25 September 2013 http://bahasaindonesiaanna.blogspot.com/2010/05/wawancara-adalah.html

WS, Rina 2013, 'Pengertian Metode dan Metode Penelitian', diakses pada tanggal 5 Mei 2014 http://rinawssuriyani.blogspot.com/2013/04/pengertian-metode-dan-metodologi.html

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

Apriliani, Ariestia. (2013), Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Bocuan Gapapa Melalui D'Stupid Baker, Sunter Sebagai Brand Name Dalam Mempengaruhi Pembelian Percobaan*, IBII (tidak dipublikasikan)

Christanto, Roy Lextena. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Kredit Bank Danamon Melalui Pemasaran* , IBII (tidak dipublikasikan)

Premana, Dian. (2013). Skripsi: *Analisis Message Delivery, Message Content Benefit dan Distinctiveness Presentasi Marketing Kwik Kian Gie School of Busniess dan Hubungannya dengan Minat Mendaftar*, IBII (tidak dipublikasikan)

Wijaya, Indra. (2010), Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran Studio Int Tattoo Dalam Industri Tato di Indonesia (Sebuah Studi Deskriptif)*, IBII (tidak dipublikasikan)

BUKU TERJEMAHAN

Baran dan Davis, Terjemahan edisi 5. 2010, Teori Komunikasi Massa, Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.

Baran, Stanley J., (2010), *Introduction to Mass Communication: Sixth Edition, Media Literacy and Culture, International Edition.* McGraw Hill.

Wahyuni, Sari. (2012), *Qualitative Research Method: Theory and Practice,* Jakarta. Penerbit Salemba Empat.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
©Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie