

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

Belch, George E., dan Michael A. Belch (2012), *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, Edisi 14, New York: McGraw Hill

Copley, Paul (2004), *Marketing Communications Management: Concepts and Theories, Cases and Practices*, New York: Taylor&Francis Group

Craves, David W., dan Nigel Piercy (2006), *Strategic Marketing*, Edisi 8, New York: McGraw Hill.

Duncan, Tom (2002), *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*, Edisi 1, New York: McGraw Hill

_____ (2008), *Principles of Advertising and IMC*, Edisi 2, New York: McGraw Hill.

Durianto, Darmadi (2003), *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Eriyanto. (2007), *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*, Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara

Fill, Chris (1999), *Marketing Communications: Context, Contents and Strategies*. Edisi 2. London: Prentice Hall.

Ghozali, Imam (2012), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.





Hasan, Iqbal (2002), *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Marketing Management*, Edisi 13, Jilid 2, Jakarta: Prentice Hall

_____ (2012), *Marketing Management*, Edisi 14, Inggris: Prentice Hall.

Kiyanto, Rachmat (2008), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Loveck, Christoper H., dan Lauren Wright (2002), *Principles of Service Marketing and Management*, New Jersey: Prentice Hall.

Morissan (2007), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa

_____ (2012), *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cetakan ke-2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Noor, Any (2009), *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.

Noor, Juliansyah (2011), *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

Prisgianto, Ilham (2006), *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik Dilengkapi Analisis SOSTAC dan STOP-SIT*, Bogor: Ghalia Indonesia.

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 IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Priyatno, Duwi (2010), *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.

Rakhmat, Jalaluddin (2005), *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi, Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-18, Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy (2008), *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Tjendradi (2012), *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Umar, Husein (2002), *Metode Riset Komunikasi Organisasi: Sebuah Pendekatan Kuantitatif dilengkapi dengan Contoh Proposal dan Hasil Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

(2008), *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Sumber Internet



1. Agung Sedayu Grup, diakses 12 Juli 2014, <http://www.agungsedayu.com>

Jordan Ray 2013, “*Jokowi: Jakarta Kota dengan Mall Terbanyak Di Dunia*”, diakses 10 Maret 2014, <http://news.detik.com/read/2013/09/16/150619/2359979/10/>

Midnight Sale di Centro Mall of Indonesia (2009), diakses 9 Juli 2014, <http://store.tempo.co/foto/detail/P2909200900188/midnight-sale-di-centro-mall-of-indonesia-moi>

Mall of Indonesia, diakses 12 Juli 2014, <http://www.mallofindonesia.com>

Wiyanti, Sri 2013, “*Ada 240 Mal dan Pusat Perbelanjaan di Seluruh Indonesia*”, diakses 10 Maret 2014, <http://www.merdeka.com/uang/ada-240-mal-dan-pusat-perbelanjaan-di-seluruh-indonesia.html>

Jurnal

Wood Michael (2005), “Discretionary Unplanned Buying in Customer Society”, *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 19, pp.295-320

Skripsi

Valen Natassya (2012), Skripsi: Pengaruh *Event Jakarta Fashion and Food Festival*

berhadap Citra Mall Kelapa Gading, IBII (Tidak Dipublikasikan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
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 Dilindungi Undang-undang
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.