



## DAFTAR PUSTAKA



### 1. Buku Teks

- Darmadi Durianto. et al (2003), *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Duncan, Tom (2002), *IMC, Using Advertising and Promotion to Build Brands*, New York: McGraw-Hill, 1st Ed.
- Freddy Rangkuti (2002), *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Startegi Pengembangan Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- GoldBlatt, Joe Jeff (2002), *Special Events; Twenty-First Century Global Event Management 3rd Ed*, New York, US: Wiley.
- Husein Umar (2000), *Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2003), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid 1, Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2004), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid 2, Jakarta: PT INDEKS.
- Kotler dan Keller (2007), *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi 12, Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler dan Keller (2008), *Marketing: An Introduction, Eight Edition*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pamasaran*, Edisi 13, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono (2009), *Teknis Praktis*, Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana.
- Noor, Any (2009), *Management Event*, Bandung: Alfabeta.
- O'Connell, Bowerman (2003), *Business Statistics in Practice*, New York: McGraw-Hill Comoanies, Inc.
- Rakhmat, Jalaluddin (2005), *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy (2004), *The Power of Brands*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Pusat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Shimp, Terence. A (2003), *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi 5, Jakarta: Penerbit Erlangga.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Shimp, Terence A (2003), *Periklanan Promosi Jilid 1*, Edisi 5, Jakarta: Erlangga.

Sugiarto, Dergibson Siagian, dkk (2001), *Teknik Sampling*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

## 2. Sumber dari Internet

[http://tekno.kompas.com/read/2012/12/13/10103065/2013.pengguna.internet.indon](http://tekno.kompas.com/read/2012/12/13/10103065/2013.pengguna.internet.indonesia.bisa.tembus.82.juta)

[esia.bisa.tembus.82.juta](http://www.blibli.com/)

<http://www.blibli.com/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.