

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke Sembilan. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Durianto, Darmadi. 2010. *Brand Monitoring*, Majalah Marketing edisi 11/X/2010, <http://www.marketing.co.id.brand-monitoring/>.
- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Cetakan XX, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dkk, 2004. *Brand Equity Tren Strategy Memimpin Pasar*, PT.Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Effendy, Uchjana Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono, 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Kotler, Phillip, 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Buku Satu, Salemba Empat Prentice Hall, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Laurent Muzellec, Mary Lambkin. 2006 Corporate rebranding: menghancurkan mentransfer atau menciptakan ekuitas merek, *European Journal of Marketing*, Vol. 40 Masalah: 7/8, pp.803-824.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lexy, J Moleong. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Machfoedz. Mahmud, 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Cakra Ilmu

- Machfoedz. Mahmud. 2004 *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer* Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan merek*. Jakarta: PT. gamedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2012. *The Power Of Brands*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti. Freddy 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit- PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Soemanagara, Rd. 2008. *Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana .2003. *Integrated Marketing Communications: Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sutopo, 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Sebelas Maret University Press.

Jurnal dan Skripsi

Akhmad, Rifki Setiawan, 2015, Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Konsumen. Skripsi diterbitkan, Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

Jurnal NeO-Bis, Chrismardani. 2014. Komunikas Pemasaran Terpadu Implementasi Untuk UMKM, (Online), Vol.8 No. 2, <http://dx.doi.org/10.21107//nbs.v8i2.472.g442>. (diakses pada Desember 2018).

Rakhmad, Adi Suganda, 2016, Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Hyundai Dalam Memasarkan Produknya (AVEGA). Skripsi diterbitkan, Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta.

Tri, Sutrisno, 2017, Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Sunderlike). Skripsi diterbitkan, Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.