

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Hermawan, Agus. (2014). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P, dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Keller. (2012), *Marketing Management: 14 Edition*, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P, dan Keller, K.L. (2014). *Marketing Management 15th Edition*. New England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. (2016) mendefinisikan *Integrated Marketing Communication (IMC)*.
- Mukhtar. (2013). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : GP Press Group.
- Saefullah, Asep dan Sudaryono.** (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*, Penerbit Prenada Media: Jakarta
- Sanusi, Anwar. (2011), *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta ,Kencana.
- Soefijanto, Tatok Amin, & Idris. (2012). *Integrated Marketing Communication Komunikasi Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.

----- . (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.

----- . (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Wenats, A.G. dkk. (2012). *Integrated Marketing Communication Komunikasi Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

Penelitian Terdahulu:

Lengkey, Lenny Meyrin Evelyn (2014). Peranan *Marketing communication* Dalam meningkatkan minat pengguna iklan Di harian komentar manado. Journal “Acta Diurna” Volume III. No.3. Tahun 2014.

Lestari, Sinta Petri ,(2015). Hubungan komunikasi pemasaran dan promosi dengan Keputusan memilih jasa layanan kesehatan (studi pada rumah sakit islam lumajang) Jurnal Interaksi, Vol 4 No 2, : 139 - 147 Universitas Diponegoro Semarang.

Rahman, Chairunnisa,(2013). Strategi Komunikasi Pemasaran Bugis Waterpark Adventure Dalam Menarik Jumlah Pengunjung. Universitas Hasanudin Makasar.

Pratiwi, Made Pradnya., I Wayan Suwendra, S.E., M.Si. ., Ni Nyoman Yulianthini, S.E.,M.M. (2015). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Jurnal Vol: 3 No: 1 Tahun: 2015 Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia.

Sumber Website :

http://www.academia.edu/7579667/Direct_Marketing, di akses tanggal 24 februari 2017

<http://rahmad-budi.blogspot.co.id/2011/09/komunikasi-pemasaran-terpadu-integrated.html>, di akses tanggal 24 februari 2017

<http://auto2000.co.id>, 2017 , di akses tanggal 2 Mei 2017

<https://alvanlovi.wordpress.com/2013/10/06/komunikasi-pemasaran-dan-elemen-pemasaran/>, di akses tanggal 26 februari 2017

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/18242/3/Chapter%20II.pdf>,
di akses tanggal 26 februari 2017

<https://alvanlovi.wordpress.com/2013/11/29/komunikasi-melalui-bauran-pemasaran/>, di akses tanggal 28 februari 2017

<http://idolaotomotif.com>, di akses tanggal 4 Maret 2017

<http://www.beritasatu.com/otomotif/299441>, di akses tanggal 22 Februari 2017

<http://www.otomotif.kompas.com>, diakses tanggal 22 Februari 2017

<https://mobilkamu.com/artikel/otomotif/>, diakses tanggal 22 Februari 2017

<https://oto.detik.com/mobil/2932147>, diakses tanggal 22 Februari 2017