

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Abidin, Yusuf, Zainal. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Bandung : CV Pustaka Setia

Almanshure, Fauzan., Ghony, Djunaedi. (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Jogjakarta: Ar-RuzzMedia

Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren, Dan Etika*.

Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Cresswell, John, W. (2009). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Denzin, Norman and Yvonna S. Lincoln, (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. London: SAGE

Egan, John. (2015). *Marketing Communication* (cet. Ke-2). London : Sage Publications

Gelder, S.V. (2005). *Global brand strategy*. London: Kogan Page.

Ghony, M. Djunaedi., dan Fauzan Almanshur. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media

Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama

Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu

Malhotra, Naresh K. (2007). *Marketing Research An Applied Orientation*. Prentice Hall : United State of America.

Mulyana, Deddy., & Solatun. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Rapar, Jan, Hendrik., (1996). *Pengantar Logika*. Yogyakarta : Kanisius.

Schultz,D.E.& Bames, B.E. (1999). *Strategic Brand communication Campaigns*. Illionis: NTC Business Books.

Semiawan, Conny, R., (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta : Grasindo

Straydom, Johan. (2004). *Introduction to Marketing*. Cape Town, South Africa : JUTA Academy

Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian Cetakan Ketujuh*. Bandung : CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Susanto, A.B., & Wijanarko, H. (2004). *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.

Tahir, Muh, (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Watono, A, Adji. & Watono, Maya, C. (2011). *IMC THAT SELLS*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

## **Skripsi**

Cahyaningrum, Kun. (2017). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Kampoeng Batik Kauman Pekalongan*. Disertasi Sarjana pada Telkom University Bandung :

<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/135602/slug/analisis-strategi-komunikasi-pemasaran-kampoeng-batik-kauman-pekalongan.html>

Demensah, Rima, Saradiani,. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT MISS SCUBA INDONESIA DALAM MENDUKUNG BRANDING WISATA BAHARI DI INDONESIA*. Disertasi Sarjana pada Telkom University Bandung :

<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/134904/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-event-miss-scuba-indonesia-dalam-mendukung-branding-wisata-bahari-di-indonesia.html>

Nurhandono, Indra. (2009). *Strategi Komunikasi Rebranding Melalui IMC*. Disertasi Sarjana pada Universitas Sebelas Maret Surakarta :

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/abstrak/22541/Strategi-Komunikasi-Rebranding-Melalui-Imc-Studi-Kasus-Tentang-Strategi-Komunikasi-Dalam-Pergantian-Merek-Quality-Hotel-Solo-Menjadi-The-Sunan-Hotel-Solo>

Pratama, Rizky, Wicaksono., (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “KKUM FEST” UNTUK MEMBANGUN BRAND IDENTITY DEJAVOO EVENT ORGANIZER*. Disertasi Sarjana pada Telkom University Bandung :

<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/123691/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-kkum-fest-untuk-membangun-brand-identity-dejavoo-event-organizer.html>

Rizky, Frida, Nur., (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA AKUN INSTAGRAM @MATOA\_ID DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*. Disertasi Sarjana pada Telkom University Bandung :  
[http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/136825/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-media-sosial-pada-akun-instagram-matoa\\_id-dalam-meningkatkan-brand-awareness.html](http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/136825/slug/strategi-komunikasi-pemasaran-media-sosial-pada-akun-instagram-matoa_id-dalam-meningkatkan-brand-awareness.html)

### **Jurnal Nasional Online**

Danibrata, Aulia. (2011). *Pengaruh Intergrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity Pada Sebuah Bank Pemerintah di Jakarta*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13 (1), 21-38. Diakses pada 18 September 2017, dari  
[http://web.stietrisakti.ac.id/JBA/JBA13.1April2011/2\\_artikel\\_jba13.1April2011.pdf](http://web.stietrisakti.ac.id/JBA/JBA13.1April2011/2_artikel_jba13.1April2011.pdf)

Wibowo, Harist., Wahyudin, Uud., & Benyamin, Pramono. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Website* [www.bandungreview.com](http://www.bandungreview.com) . *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1 (1). Diakses pada 18 September 2017, dari  
[http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1801/pdf\\_25](http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1801/pdf_25)

Mulyawan, Arief., Arifin, Hadi., & Wirakusumah, Teddy. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Trans Studio Bandung Dalam Menumbuhkan Minat Konsumen Untuk Berkunjung*. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1 (1). Diakses pada 18 September 2017, dari [http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1849/pdf\\_36](http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1849/pdf_36)

Printandhari, Meyta., Siswandari, & Riani, Asri. (2014). *Strategi Intergrated Marketing Communication (IMC) Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota BMT Amanah Umah Sukoharjo*. <http://jurnal.fkip.ac.id>. 1 (2). Diakses pada 19 September 2017, dari  
<http://www.jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/s2ekonomi/article/view/6948/4740>

### **Jurnal Internasional Online**

Bayona-Saez, Cristina., Cruz-Cázares, Claudio., García-Marco Teresa, & Sánchez García Mercedes, (2017) "Open innovation in the food and beverage industry", *Management Decision*, Vol. 55 Issue: 3, pp.526-546 from  
<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/MD-04-2016-0213>

Finne Åke, & Grönroos Christian. (2017) "Communication-in-use: customer-integrated marketing communication". *European Journal of Marketing*, Vol. 51 Issue: 3, pp.445-463, from <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/EJM-08-2015-0553>

Holm Olof. (2006) "Integrated marketing communication: from tactics to strategy", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 11 Issue: 1, pp.23-33 from <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/13563280610643525>

Spotts, Harlan, E., & Weinberger, Marc, G., (2010) "*Marketplace footprints: connecting marketing communication and corporate brands*", European Journal of Marketing, Vol. 44 Issue: 5, pp.591-609 from

<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/03090561011032289>

Vrontis, Demetris., Kogetsidis, Harry., & Stavrou Andreas. (2006). *Case study Strategic marketing planning for a supplier of liquid food packaging products in Cyprus*. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 21 Issue: 4, pp.250-261, from

<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/08858620610672623>

### **Majalah & Koran Online**

Caesarlita, Diandra. (2016, November 23). Belvita Jadi Solusi Sarapan Cepat dengan Gizi Seimbang. *Sindo News*. Diperoleh tanggal 7 September 2017. Dari

<https://lifestyle.sindonews.com/read/1157504/155/belvita-jadi-solusi-sarapan-cepat-dengan-gizi-seimbang-1479865852>

Dini. (2010, September 27). Potensi Bisnis "Food & Beverage" Masih Tinggi. *Kompas*. Diperoleh tanggal 12 September 2017. Dari

<http://lifestyle.kompas.com/read/2010/09/27/18143464/potensi.bisnis.food..beverage.masih.tinggi>

Hantoro, Tri. (2016, November 21). 10 Makanan Perusahaan Terbesar Di Dunia. *Tribun Style*. Diperoleh tanggal 13 September 2017. Dari

<http://style.tribunnews.com/2016/11/21/10-perusahaan-makanan-terbesar-dunia-tanpa-sadar-kita-ikut-membesarkan?page=3>

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2016). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 9,8 Persen Triwulan III 2016. Jakarta : Kementrian Perindustrian. Diperoleh tanggal 12 September 2017, dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16650/Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-9,8-Persen-Triwulan-III-2016>

Mardinata, Sulung, Lahitani. (2015, Februari 4). Ini 10 Macam Sarapan Favorit Orang Indonesia. *Liputan 6*. Diperoleh tanggal 12 September 2017. Dari

<http://citizen6.liputan6.com/read/2170409/ini-10-macam-sarapan-favorit-orang-indonesia>

Palupi, Dyah, Hasto. ( 2016, Oktober 27). Belvita Breakfast Lengkapi Gaya Sarapan Baru. *SWA*. Diperoleh tanggal 7 September 2017. Dari

<https://swa.co.id/swa/trends/belvita-breakfast-lengkapi-gaya-sarapan-baru>

<http://www.mondelezinternational.com/about-us/our-growth-strategy> diperoleh tanggal 12 September 2017.

Rizma, Amelia. Klasifikasi Industri Makanan. Scribd. Diperoleh tanggal 23 September 2017. <https://www.scribd.com/doc/238729027/Klasifikasi-Industri-Makanan>

Sutriyanto, Eko. (2016, Juli 27). Sepanjang Tahun 2016 ini, Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Stabil. *Tribun Bisnis*. Diperoleh tanggal 12 September 2017. Dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/27/sepanjang-tahun-2016-ini-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-stabil>

Wulandari, Dwi. (2016, Oktober 3). Ambisi Mondelez Menguasai Pasar Snack Indonesia. *Marketing Communication Mix*. Diperoleh tanggal 7 September 2017. Dari <http://mix.co.id/headline/ambisi-mondelez-menguasai-pasar-snack-indonesia>