

DAFTAR PUSTAKA

Buku;

Ferdinand, Augusty., 2002. Pengembangan Minat Beli, Merek, Ekstensi. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Implementasi dan Pengendalian, Edisi 9, Jakarta : PT. Prenhallindo dan Pearson Education Asia Pte, Ltd Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. 2009.

Kotler dan Amstrong. Dasar-dasar Pemasaran, Jakarta :Perhallindo, 2008.

Kotler, P., dan Keller, Kevin Lane. 2005, Manajemen Pemasaran: Perencanaan,

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. Dasar-dasar Pemasaran Principles Of Marketing 7e,Jakarta: Prenhallindo, 1997.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhallindo,2008.

Kotler, P, 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jakarta : PT. Prenhalindo danPearson Education Asia Pte, Ltd

Lidyawatie. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Lee, Monle & Carla Johnson. 2004. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global, Jakarta : PT Kencana Prenada Media.

Machfoedz, Mahmud. (2010), “Komunikasi Pemasaran Modern”, Cetakan Pertama,Cakra Ilmu, Yogyakarta.

Mackenzie, Lutz, and Belch. 2006. Journal of Family Ecology and Consumer Sciences,Vol 31.

Shimp, Terrence A.,. 2003. Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan KomunikasiPemasaran Terpadu, Edisi Ke-5 Jilid Ke-1. Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar-dasar EkonomiPerusahaan). Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Swastha, Basu dan Irawan. Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.

Tjiptono, Fandy. 1997, Strategi Pemasaran, Yogyakarta : PT. Andi Tjiptono, Fandy.
Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset, 2008

Thamrin. 2003. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2005. Prinsip Dan Dinamika Pemasaran. Yogyakarta: J & J Learning.

Tuten, Tract L. (2008). Advertising 2.0 Social Media Marketing In A Web 2.0 World