

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Salim. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta:Tiara Wacana.
- Alifahmi, Hifni. 2005. *Sinergi Komunikasi Pemasaran, Integrasi iklan, Public Relation dan Promosi*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Anwas, M. Oos. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta
- Bachri, Bachtiar. 2010. *Tugas Akhir: Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. Kurikulum dan Teknologi Pendidikan*. Surabaya: Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya.
- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2007. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Bamby, Chintya. 2014. *MEMBIDIK PEMBACA GENERASI MUDA (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Harian Kompas dalam Membidik Pasar Pembaca Anak Muda)*. Universitas Gadjah Mada.
- Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Bishara, Nina dan Winfried Noth. *Self-reference in the Media*. New York: Mouton de Gruyter.
- Bungin, Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.
- Business Case Studies. 2015. Using promotion to campaign for public services.

Diakses melalui www.businesscasestudies.co.uk pada 11 Mei 2016 pukul 18.20 WIB.

Duncan, Tom. 2002. *IMC Using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York: McGraw Hill

Endraswara, Suwardi. 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta : Pustaka Widyatama.

Gobet, Hanafi. 2014. *Integrated Marketing Communication Musro The Sunan Hotel*

Solo (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Musro The Sunan Hotel Solo). Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Govoni, Norman A.P. 2004. *Dictionary of Marketing Communications*. SAGE Publication.

Hall, Michael Collin, Dkk. 2008. *Nordic Tourism: Issues and Cases*. Bristol: Channel View Publications.

Hanugraheningtias, Arvinda. 2012. *CAKRA DOLAN SALATIGA (Strategi Peningkatan Brand Awareness Cakra Semarang TV di Kalangan Masyarakat Salatiga Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Universitas Diponegoro.

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

Indosat. 2015. *Achievement*. Diunduh melalui <http://indosatcom-test.staging5.salt.co.id> pada Senin 16 November 2015 pukul 00.03 WIB.

Joseph, Kehinda Oladele. 2009. *Integrated Marketing Communications and Consumer Patronage of Nigerian Beverage Products*. Universitas Covenant, Ota, Nigeria.

Kartajaya, Hermawan. 2006, December 23. *Omzet tambah karena banting harga, bisnis tak akan lama*. diunduh melalui <http://www.jawapos.com> pada tanggal 1 September 2015 pukul 00.02 WIB.

Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.

Kharisty, Betha. 2014. *Praktik Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Perusahaan Jasa Transportasi (Studi Kasus Praktik Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Perusahaan Otobus "Efisiensi" Pada Periode April - Juni 2014)*. Universitas Gadjah Mada.

Knapp, Duane E. 2001. *The Brand Mindset* (Terjemahan). Yogyakarta: Penerbit Andi

Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

_____, dan Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

_____, dan Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks

_____, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.

_____, dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran: Jilid 1*. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Jakarta: Prenhallindo.

Kwang, Yong Shin. 2013. *The Executor of Integrated Marketing Communications Strategy: Marcom Manager's Working Model*. New York: Springer.

Lesmana, I. G. 2012 . Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan *Brand Attachment* Studi pada PT. XL Axiata. Jakarta: Universitas Indonesia.

Londre, Larry Steven. 2015. *Several Concepts, Terms and Useful Definitions Help Explain and Aid in the Understanding of Marketing and Related Activities, including Marketing Concepts, Objectives, Strategies and Tactics, Marketing Mix (4P's), and the Nine P's (9P's) of Marketing*. Los Angeles: Londre Marketing.

Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara.

Marketing Mix. 2015. The Marketing Mix 4P's and 7P's Explained. Diakses melalui <http://marketingmix.co.uk> pada tanggal 28 Januari 2016 pukul 01:50 WIB.

Mehling, Michael. 2007. *Integrated Marketing Communications strategy: An examination of Harrah's Entertainment, Inc.* University of Nevada, Las Vegas.

Millward, Steven. 2014. Indonesia diproyeksi lampau 100 juta pengguna smartphone di 2018, keempat di dunia. Diunduh melalui <http://id.techinasia.com> pada Senin 16 November 2015 pukul 00.03 WIB.

Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media

Group.

Muhadjir, Noeng. 2011. *Metodologi Penelitian Edisi VI Pengembangan 2011*. Yogyakarta: Rake Sarasin

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja. Rosdakarya.

Nawawi, Hadari. 1991. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta

Noor, Achmad Rouzni. *Indosat Salip XL, Juaraanya Masih Telkomsel*. Diunduh melalui <http://www.inet.detik.com> pada 21 Spetember 2015 pukul 11:05 WIB.

Patilima, Hamid. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Patton, M. Q. (1987) *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*. California: Sage Publications, Inc.

Percy, Larry. 2008. *Strategic Integrated Marketing Communication Theory and practice*. Elsevier.

Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

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

Rianse, Usman & Abdi. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

Royan, Frans M. (2011). *Strategi Sukses Memasarkan Produk Baru*. Jakarta: PT. Gramedia

Rowley, Jennifer. 1998. *Promotion and Marketing Communication in the Information Marketplace*. Library Review.

Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sarosa, S. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Indeks.

Satori, Djam'an dan Komariah Aan. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.

Shimp, Terence A. 2007. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Thomson South-Western.

_____. 2003. *Periklanan & Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu ed.5 (jilid II)*. Jakarta: Erlangga.

_____. 2010. *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. South-Western: Cengage Learning.

Soehadi, A. 2005. *Effective Branding*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Song, Xu Chao. 2013. *Informatics and Management Science I*. Springer E-Link Books International Collection.

Subagyo, P,Joko. 1997. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rinneka

Cipta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

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

Sukirno. 2015. *Indosat (ISAT) Tambah Pelanggan Jadi 66,5 Juta, Trafik SMS Turun*. Diunduh melalui <http://industri.bisnis.com>. pada 30 September 2015 pukul 21.25 WIB.

Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Market Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Supriyantono, Sugeng Aresta. 2008. *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard*. Yogyakarta: Pustakagrahatama.

Susanto, A.B. 2009. *Reputation-Driven: "Corporate Social Responsibility"*. Jakarta: Esensi, Erlangga Group.

Suwardi, Purnama dan Achlina Leli. 2011. *Kamus Istilah Pertelivisian*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.

Suyanto, M. 2006. *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. STMIK Amikom.

The Advertising Club. 2011. Difference between 'above the line' and 'below the line' advertising. Diakses melalui <http://www.theadvertisingclub.net> pada 11 Mei 2016 pukul 18.19 WIB.

Therkelsen, David dan Fiebach Christina L. 2001. Message to Desired Action: A Communication Effectiveness a model. Journal Communication Management.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta: Andi

_____. 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andy Offset.

_____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi

