

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV. Armico
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Joewono, Handito Hadi. 2003. *Seri Manajemen, Jangan Sekedar Menang Bersaing*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, Philips & Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moleong, Lexy. J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif (Cetakan Kesepuluh)*. Bandung: Alfabeta
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

B. SKRIPSI

Herli M, Ade. 2018. “*Strategi Komunikasi Pemasaran Fast Forward Record Bandung*” (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Fast Forward Record Bandung dalam Meningkatkan Popularitas Band The Pilsner. Bandung: UNIKOM.

Ismanto. 2017. “*Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Melalui Media Online*” (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro Annime Maximono Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Sumunnar, Siti. 2013. “*Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Maicih Inti Sinergi Bandung*” (Studi deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Maicih Inti Sinergi Bandung Dalam Mempromosikan Produk Maicih Di Kota Bandung). Bandung: UNIKOM.

JURNAL NASIONAL/INTERNATIONAL

Petersen, J. A., Kushwaha, T., & Kumar, V. (2015). *Marketing Communication Strategies and Consumer Financial Decision Making: The Role of National Culture*. *Journal of Marketing*, 79(1), 44–63. <https://doi.org/10.1509/jm.13.0479>

Simanjuntak, Sahat; Meilani, Yohana F. Cahya Palupi. (2012). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang*, *Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University*, 14(2), 164-172. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/18559>

Jerman, Damjana & Završnik, Bruno. (2014). *An Empirical Study of Marketing Communications Effectiveness In Slovenian Market*. *Iiass : Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*. <https://doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2014-no1-art07>.

C. INTERNET

www.elib.unikom.ac.id

Perpustakaan Pusat Unikom (diakses 22 Mei 2019, Pukul 14.47)

digilib.uin-suka.ac.id

Digital Library UIN Sunan Kalijaga (Diakses 3 Mei 2019, Pukul 10.46)

<https://pakarkomunikasi.com/strategi-komunikasi.pemasaran>

(diakses 18 April 2019, pukul 16.06)