DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Buku :

Cangara, hafied.2005. Pengantar Ilmu komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Daryanto, Sari kuliah Manajemen Pemasaran,Bandung : Satu Nusa

Effendy, Onong Uchjana.1989. kamus komunikasi. Bandung:Mandar Maju

Kotler dan Susanto A.B, 2000. Manajemen Pemasaran. Salemba Humanika, Bandung.

Kotler Philip dan Gary Armstrong, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta.

Littlejohn Stephen dan Karen A Foss, 2009. Teori komunikasi Edisi IX. Salemba Humanika, Bandung.

Mahmud, Machfoedz,2010. Komunikasi Pemasaran Modern.Cakra Ilmu,Yogyakarta

Moleong,Lexy J.2007.Metodologi Penelitian Kualitatif.Bandung : Remaja Rosdakarya.

Mulyana Deddy,2009. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Remaja RosdaKarya, Bandung.

Mulyana. Deddy. 2002. Ilmu komunikasi suatu pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Murad, dan Herry, 1998. Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan. Erlangga,

Rangkuti, freddy. 2009. Strategi promosi yang kreatif, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Rakhmat Jalaluddin, 2002. Metode Penelitian Komunikasi. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Ruslan Rosady, 2005. Manajemen Komunikasi. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Ruslan Rosady, 2010. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sendjaja, Djuarsa, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Soegoto, Eddy, 2009. Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung. Kompas Gramedia, Jakarta.

Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rajawali.

Sugiono, 2002. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.

Sulaksana Uyung, 2007. Integrated Marketing Communications. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

S**Sumber Karya Ilmiah :**

Muhajir, 2009. Peranan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pesawat Telepon Pada Sbu Icss Di PT. INTI (Persero) Bandung, Skripsi: Universitas Komputer Indonesia Bandung.

Mohammad Daru Bawono, 2011. Pengaruh Bauran Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Sikap Pembelian Konsumen Pada Produk Ma Icih Di Bandung, Skripsi : Universitas Padjadjaran

TAUFIQUR ROHMAN, 2008. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pada Perusahaan Seepatu House Of Mr. Pienk Malang, Skripsi : Universitas Islam Negeri

2. Sumber Internet :

WWW. Elibunikom.com

http://diyolineri.blogspot.com/2012/03/definisi-komunikasi-pemasaran-menurut.html (Kamis, 6 Maret 08.30),2014

http://belajarpemasaran.wordpress.com/2009/01/27/atl-btl-ttl/ (Jumat, 7 maret 10.15), 2014.

http://id.shvoong.com/business-management/marketing/2177086-pengertian-sales-promotion-promosi-penjualan/ (Sabtu, 8 maret 11.30),2014

http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html (Rabu, 20 Maret 10.30.20), 2014.