

Daftar Pustaka

Sumber Buku

- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Johnston, K., & Mayer, R. (2006). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice (Third Edition ed.)*.
- David, Fred, (2006). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto. (2005). *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid I dan II. Alih bahasa oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, Benjamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2009). *Marketing*. Alih Bahasa: Herujati Purwoko. UNDIP Semarang, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, Benjamin Molan. Jakarta: Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Groupo.
- Nana, Saodih. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosda.
- Noor. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Norton, Schiffman. (2003). *Manajemen Pemasaran Global*. Yogyakarta: Kanisius.

- Norton, Schiffman, (2006). Consumer Behavior: Take of Decision in Product Purchase. <http://www.marketingbehavior.com.id>.
- Prisgunanto, Ilham. (2006). Komunikasi Pemasaran: Strategi & Taktik. Bogor. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Shone, A. & Parry, B. (2002). Successful Event Management, Apratical Handbook.
- Sigit, Soehardi. (2002). Pemasaran Praktis Edisi 3. Yogyakarta : BPFE
- Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta: Bandung.
- Sumarni, Murti, (2003). *Marketing dan Strategi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Suryana, Asep. (2012). Materi Pokok Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Universitas Terbuka.

Sumber Jurnal

- Ayunda. 2015. E-MARKETING SYSTEM AGENT PROPERTY MENGGUNAKAN PENDEKATAN SOSTAC FRAMEWORK (STUDI KASUS: CV. ILA PROPERTY PEKANBARU). Jurnal Komunikasi Vol.1
- Devi Anggrahini. 2014. KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN ROWN DIVISION MELALUI MEDIA SOSIAL. Jurnal UNS
- Farid. 2011. Strategi Komunikasi Pemasaran Program Interaktif di Media Radio. Jurnal Komunikasi Vol 1.
- Mubaddilah. 2017. Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat. Jurnal Komunikasi Vol. 3.

Natalia. 2014. Peran *Sales promotion* Café Tiga Tjeret Surakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Strategi Komunikasi Pemasaran pada *Sales promotion* melalui Event di Cafe Tiga Tjeret Surakarta Terhadap Minat Beli Konsumen)

Ridha Januarti. 2014. Analisis SOSTAC Internet Marketing Web Portal "UZONE" di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk,

Rini Lestari. 2015. *Sales promotion* sebagai strategi komunikasi pemasaran mobil Low Cost Green Car Daihatsu Ayla PT. Astra Internasional Tbk. Daihatsu Ciledug Kota Tangerang. E-Print Universitas Budi Luhur.

Suherman. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). Jurnal Komunikasi Vol. 2.

Tegar. 2014. Strategi Komunikasi Pemasaran PT. New Ratna Motor di Wilayah Jawa Tengah dan DIY Dalam Mempertahankan Posisi Toyota Avanza Sebagai Market Leader di Kelas LMPV. Jurnal Komunikasi, Vol 1.

Sumber Internet

GAIKINDO. 2016. http://www.gaikindo.or.id/wp-content/uploads/2017/03/bycat_market_jandec16.pdf. Diakses pada 18 April 2017.

Oto Detik. 2017. <https://oto.detik.com/mobil/d-3410773/20-mobil-terlaris-di-indonesia-tahun-2016>. Diakses pada 01 Februari 2017

Otomotif Kompas. 2016. <http://otomotif.kompas.com/read/2017/01/25/074200915/belum.genap.setahu.n.toyota.calya.kuasai.pasar.2016>. Diakses pada 01 Februari 2017.