

Daftar pustaka

Buku:

- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Antar, Venus. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Antar, Venus. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Buhler, Patricia. (2004). *Alpa Teach Yourself, management Skills dalam 24 jam*. Jakarta: Prenada Media.
- Cangara, Hafied. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. (2010). *Effective Public Relations, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchyana. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fanggidae, A. (2008). *Menyiasati Peningkatan Profesionalisme SDM Kessos di Instansi Pemda*. Dalam: Jurnal Pusdiklat Kessos, Departemen Sosial Vol. 3 No. I, A.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Iriantara, Surachman. (2006). *Public Relations Writing: Pendekatan Teoretis dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: prentice-Hall.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management*. UK: Pearson Education.
- Kotler, K., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice-Hall.

- Miles, Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia. Hlm. 16.
- Moleong, J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Philip, Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Rumanti, Maria Assumpta. (2005). *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta : Grasindo
- Ruslan, Rosady. (2013). *Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hlm. 23
- Ruslan, Rosady. (2013). *Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hlm. 30
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Schramm, Wilbur. (2008). *The Process and Effects of Mass Communication*. Chicago: University of Illinois Press.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. (2004). *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia.

Jurnal:

- Asep Sutresna. 2018. Analisis Perencanaan Kampanye Pemasaran Sosial “Kobarkan Kebaikan” Pertamina. *Jurnal Ultimacomm Universitas Multimedia Nusantara*, Vol. 10 (2): Des 2018.
- Ersyad, Yasser, Eni Maryani, dan Siti Karlinah. 2018. Komunikasi Pemasaran dalam Positioning N219 oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjadjaran*, Vol. 6 (1): 24-36.
- Ida Ri'aeni. 2011. Strategi Perencanaan Komunikasi Dalam Kampanye “Ayo Makan Ikan”. *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Muhammadiyah Cirebon*.

Novita Damayanti, Radja Erland Hamzah. 2017. Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-JK Pada Pemilihan Presiden 2014. *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)*, Vol. 16 (2): 279-290.

Rheza Ramadhyan Wicaksana, Atwar Bajari. 2015. Kampanye Produk Minuman Kesehatan Melalui *Games* Interaktif. *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjadjaran*, Vol. 3 (1): 81-92.

Website:

(<http://ciputrauceo.net/blog/2015/7/14/segmentasi-pasar-beserta-pengelompokan-dan-contoh>, diakses pada tanggal 2 November 2019)

(http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=Penelitian_Detail&act=view&typ=html&buku_id=128785&obyek_id=4, diakses pada tanggal 13 Oktober 2019)

(<http://rahelhutasoit.blogspot.com/2011/02/pengertian-positioning.html>, diakses pada tanggal 30 Oktober 2019)

(<http://yuknabungsaaham.idx.co.id/>, diakses pada tanggal 10 Oktober 2019)

(<https://afriwibisono.wordpress.com/2009/02/23/apa-itu-strategi-komunikasi-kampanye/>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2019)

(<https://blog.ruangguru.com/9-lembaga-dan-pelaku-pasar-modal-di-indonesia>, diakses pada tanggal 30 Oktober 2019)

(<https://cpssoft.com/blog/manajemen/segmentasi-pasar-berdasarkan-tujuan-kriteria-contoh/>, diakses pada tanggal 31 Oktober 2019)

(<https://guruakuntansi.co.id/contoh-segmentasi-pasar/>, diakses pada tanggal 31 Oktober 2019)

(https://www.idx.co.id/media/2620/20180702_idx-ar-2016.pdf, diakses pada tanggal 10 Oktober 2019)

(<https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2019)