

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Ahmadi, H (2013). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3kg Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, *Jurnal Ekomaks* vol. 2 hal 5-7.
- Aromawati, B. N. (2008). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Jasa Operator Seluler PT. Telkomsel. *Dept. Of management*. vol.1 hal1-3.
- Benyamin, M. (2007) *Manajemen Pemasaran, Edisi Keduabelas, (Jilid 1)*. Jakarta : PT. Indeks.
- Cahyati, T. (2013). Strategi promosi dan harga terhadap citra galeri seni di pulau jawa dan bali. *Jurnal ekonomi manajemen Universitas Widyatama*. [Http://ejournal.kopertis4.or.id%2ffile.php%3ffile%3dkaryailmiah](http://ejournal.kopertis4.or.id%2ffile.php%3ffile%3dkaryailmiah). Diakses tanggal 12 april, 2015. Hal. 10.
- Cutlip, M. S. Center, H. A. Broom, M. G. (2009). *Effective Public Relation*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- El, S., Shawki, A.Y., El-Nahas,T. (2013). The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: testing the mediating role case analys in an international service company, *The business & Management Riview*, Vol 3 No 2 hlm 177-178, Management and Technology, Alexandria, Egypt.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg. (2010). *Pemasaran Jasa*, Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, H. A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. (Edisi 12)*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States Of America: Pearson.
- Kotler, P. & Keller. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas (Jilid 1)* Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.

- Kotler, P. & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas (Jilid 2)* Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.
- Nasir, R., Adolfini., Trang, I. (2014). Komunikasi, Promosi dan Kualitas Layanan untuk Meningkatkan Citra PT. PLN (Persero) Area Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 2 No. 2 Hal. 913-925.
- Peter, J. P. & James, H. D. Jr. (2009). *Marketing Management. (5 Edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Sabran, B. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Soemirat, S dan Adianto. (2007). *Dasar-dasar Public Relation*. Jakarta: Remaja Rosdakarya,.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana. U. (2007). *Integrated Marketing Communications*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Surachman. S.A (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan. Edisi Pertama*. Malang: Banyumedia.
- Suryana, Y. (2009). Efektivitas Pesan Pada Komunikasi Bisnis meningkatkan Citra Perusahaan pada Bank BCA Semarang. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi*. Universitas Widyatama. <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1577/content.pdf?sequence=1> Diakses tanggal 09 april, 2015. Hal. 2-3.
- Sutisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offest.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2010). *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta : Andi Offest.