

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, Michael., & Djati, Pantja S. (2006). Analisa Strategi Penempatan Merek Sebagai Bagian dalam Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Jurnal Manajemen*. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Arslan, F Müge., & Altuna, Oylum Korkut. (2010). *The Effect of Brand Extensions on Product Brand image*. *Journal of Product & Brand Management*. 19(3), 170-180. School of Economic and Administrative Sciences, Marmara University, Istanbul. Retrived from Emerald Group Publishing Limited. Turkey.
- Caemmerer, Barbara. (2009). *The Planning and Implementation of Integrated marketing communications*. *Marketing Intelligence & Planning*. 27(4), 524-538. Department of Marketing, University of Strathclyde, Glasgow. Retrived from Emerald Group Publishing Limited. UK
- Dewhirst, Timothy., & Davis, Brad. (2005) *Brand Strategy and Integrated marketing communications (IMC) a case study of player cigarettes brand marketing*. *The Journal of Advertising* vol. 34 No. 4 (winter 2005) pp. 81-92 American Academy of Advertising. Canada.
- Faqih. (2008). Pengaruh Strategi Positioning Produk terhadap Citra Merek pada Produk Sun silk Clean & Fresh Shampoo. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Malang: tidak diterbitkan.
- Febriani, Korry. (2008). Program Loyalitas Pelanggan dalam Meningkatkan Citra Merk. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. 9(1), 39-49. Kadjatmiko, 2002. "Dinamika Sumber Ke uangan bagi Daerah dalam Rangka Otonomi Daerah", Prosiding Workshop Internasional Implementasi Desentralisasi Fiskal sebagai Upaya Memberdayakan Daerah dalam Membiayai Pembangunan Daerah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.
- Harianto. (2006). Komunikasi pemasaran terpadu dalam membangun merek: Studi kasus pada komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan RRI dalam membangun merek Radio Publik. Tesis Magister pada FPS Universitas Indonesia: tidak diterbitkan.
- Kennedy, John E., & Soemanagara, R. Dermawan. (2006). *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*, (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*, (Edisi 13, Jilid 2). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip., dkk. (2009). *Marketing Management, An Asian Perspective* (5th Ed.) Singapore: Prentice Hall.

- Limakrisna, Nandan. (2008). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kereliasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis* No. 1 Vol. 13, April 2008. Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta
- Ma'ruf, Hendri. (2006). Pemasaran Ritel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Majalah Marketing. 02/XI/FEBUARI 2011. PT. Dinamika Komunika Marketindo. Jakarta.
- Majalah Marketing. 12/X/DESEMBER 2010. PT. Dinamika Komunika Marketindo. Jakarta.
- Ramos, Villarejo., & Franco, Sanchez. (2005). *The Impact of Marketing Communications and Price Promotion on Brand Equity. Journal of Brand Management. Retrived from Proquest Publishing Limited.*
- Rangkuti, Freddy. (2009). Riset Pemasaran, PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Rehman, Shakeel., & Ibrahim, M.Syed. (2011) *Integrated Marketing Communication And Promotion. Journal of Arts, Science & Commerce* E-ISSN 2229-4686 ISSN 2231-4172. International Refereed Research Journal [www.researchersworld.com](http://www.researchersworld.com) Vol. II, Issue 4, Oct. 2011.
- Reid, Mike., dkk (2005). *The Relationship between Integrated Marketing Communication, Market Orientation, and Brand Orientation. Journal of Advertising*, Vol. 34, No. 4, *Integrated Marketing Communication (IMC)* (Winter, 2005), pp. 11-23 Published by: Taylor & Francis, Ltd.
- Sekaran, Uma. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis, (Edisi 4, Buku 1). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis, (Edisi 4, Buku 2). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication, Advertising and Promotion. South Western*
- Sondoh Jr, Stephen L., dkk. (2007). *The Effect Of Brand image On Overall Satisfaction And Loyalty Intention In The Context Of Color Cosmetic. Asian Academy of Management Journal*, Vol. 12, No. 1, 83–107, January 2007. Malaysia.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, Uyung. (2007). *Integrated Marketing Communication, Teks dan Kasus. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek, Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan. Malang: Bayumedia Publishing.*