

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU:

- Beatrix, S. (2006). *I Love Organize: Panduan Praktis Mengelola Event*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi pemasaran: stratetegi & taktik dilengkapi analisis SOSTAC & STOP-SIT*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Soemanegara, Rd. (2006). *Strategic marketing cCommunication (konsep strategis dan terapan)*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Moleong, Lexy J.. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Megananda, Yudhi, Wijaya, Johannes Arifin, 2009, *7 langkah jitu membangun bisnis event Organizer*. Jakarta, BIP.
- Morissan. (2010). *Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung: Elfabet.
- Kartajaya, Hermawan. (2007). *Seri 9 element marketing on marketing mix*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2010) *Manajemen pemasaran jilid 1. Edisi ketiga belas terjemahan Bob Sabran*, MM. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2012) *Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. edisi ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.

Adika Fadhlurrahman, 2020

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENDEKATAN STOP-SIT (STUDI KASUS TERHADAP PT. DIANSYAH DINAMIKA WIRYAMANTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

Kasali, Rhenald. (2007). *Membedik pasar indonesia segmentasi targeting positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Shimp, Terrence A. (2003). *Periklanan promosi (aspek tambahan komunikasi terpadu)*. Jakarta: Erlangga.

Soemanagara, Rd. (2006). *Strategic marketing communication, konsep strategis dan terapan*. Bandung: Alfabeta.

Sultra, Ahmad Rustan. Nurhakki. Hakki. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Sutopo, H.B. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. Surakarta: Universitas Negeri Sebelas Maret.

Sukmadinata, Nana Syaodih. (2009). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

SUMBER JURNAL:

Wibisono, Santo Mendy. (2016). *Strategi komunikasi event organizer movem dalam memperkenalkan merek local melalui penyelenggaraan event Samarinda street fest di kota Samarinda. volume 4, Nomor 3*. Samarinda.

Wibowo, Dimas. Arifin, Zainul. Sunarti. (2015). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (studi pada batik Diajeng Solo). Volume 29 Nomor 1*. Malang: Universitas Brawijaya.

Nadzir, Muhammad Miftahun. (2016). *Analisis usaha event organizer MICE (meeting, incentive, conference, exhibition) melalui kanvas model bisnis dan peta empati: studi kasus event organizer di Yogyakarta dan Surakarta. Volume 7 Nomor 2*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dengah, Angel Beatrix. (2013). *Efektivitas implementasi strategi pemasaran hubungan masyarakat pada perusahaan asuransi di kota Manado (studi pada perusahaan asuransi Jiwa Bumiputera 1912, Prudential, AXA Mandiri dan AIA Finance). Volume 1 Nomor 4*. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.

Nursiyam, Farida. Ratnasari, Anne. (2018). *Strategi event organizer dalam menyelenggarakan pameran*. . Bandung: Universitas Islam Bandung.

Adika Fadhlurrahman, 2020

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENDEKATAN STOP-SIT (STUDI KASUS TERHADAP PT. DIANSYAH DINAMIKA WIRYAMANTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

SUMBER DOKUMEN *ONLINE*:

Ambaranie, N . (2019). *Kompas*. Diakses pada tanggal 23 September 2019 pukul 22.15 WIB, dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/01/081100726/dahsyatnya-kekuatan-milenial-dorong-pertumbuhan-industri-hiburan?page=all>.

Badan pusat statistik. (2020). Diakses pada tanggal 8 Maret 2020 pukul 14.50 WIB, dari <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/04/05%2000:00:00/1296/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-ke-indonesia-menurut-pintu-masuk-2017-2019.html>

Adika Fadhlurrahman, 2020

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENDEKATAN STOP-SIT (STUDI KASUS TERHADAP PT. DIANSYAH DINAMIKA WIRYAMANTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi