



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Andreani, Fransisca. 2007. Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran), Jurnal Manajemen Pemasaran, VOL. 2, NO. 1, APRIL 2007.

A.Shimp, Trance. 2003. *Advertising Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication, 5th Ed.* Jakarta : Erlangga.

Belch, George, A.Michael. 2009. *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective, 8th Edition.* New York : McGraw-Hill.

Duncan, Tom. 2005. *Principle Of Advertising and IMC*, International Edition, Edisi Kedua. New York : McGrawHill.

Kennedy, John. E, R.Dermawan, Soemanagara. 2006. *Marketing Communication-Taktik dan Strategi.* Jakarta : PT Buana Ilmu Populer.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Erlangga.

UMMN