



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

Sumber Buku

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga..

Fariani, Silvia Rita & Rita Widodo Aryanto. 2009. *Panduan Praktisi PR*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Jakarta: Graha Ilmu.

Duncan, Tom. 2008. *Principles of Advertising and IMC 2nd edition*. Hill International Edition.

Irianto, Yosol & Surachman A Yani. 2006. *Public Relation Writing: Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Joe, Goldblatt. 2013. *Special Events: Creating and Sustaining a New World of Celebration 7th Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Sumber Jurnal

D'Astous, Alain & Chartier, F. 2000. A study of factors affecting consumer evaluations and memory of product placement in movies. *Journal of Current Issues and Research in Advertising* vol.22, h. 31-40.