



### **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

- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, John Bowen dan James Makens. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jakarta: Prenahallindo.
- Fil, Chris & Fill, Karen E. 2005. *Business to Business Marketing Relationships, Systems and Communications*. England : Pearson Education Limited.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Winiratih, Ardisa. 2006. *Pengaruh Iklan Televisi dan Event Sponsorship Terhadap Brand Image Bakmi Mewah*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

### Sumber Lain

- PT Mayora Indah, Tbk. Diakses 03 November 2017. <http://www.mayoraindah.co.id/>
- Software Nielsen PT Mayora Indah, Tbk
- [http://jurnalefektif.janabadra.ac.id/wp-content/uploads/2015/11/Efektif-Juni-2013\\_1.pdf](http://jurnalefektif.janabadra.ac.id/wp-content/uploads/2015/11/Efektif-Juni-2013_1.pdf)