



### **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

<http://www.umn.ac.id/profile/kilasbalik>

<http://www.umn.ac.id/profile/visimisi>

<http://www.umn.ac.id/me/>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Universitas\\_Multimedia\\_Nusantara#Sejarah](http://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Multimedia_Nusantara#Sejarah)

<http://www.slideshare.net/srijadi/uu-no-20-2003-sistem-pendidikan-nasional>

[http://www.datastatistikindonesia.com/portal/index.php?option=com\\_content&task=view&id=700&Itemid=700](http://www.datastatistikindonesia.com/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=700&Itemid=700)

*Philip Kotler, According To Kotler, 2005.*

*Kotler dan Armstrong, Principles of Marketing jilid 1 (2011).*

Ferrell, Hirt, G., & Ferrell, L. (2008). *Business* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.

Strauss, Judy dan Raymond Frost, 2009, *E-Marketing*, 5th Edition, Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle, New Jersey.

Kotler, P. And Armstrong, G. 2010, "*Principles of Marketing*", 13<sup>th</sup> Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey

George E. Belch & Michael A. Belch (2007), *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*, 8<sup>th</sup> ed, New York: McGraw-Hill.Irwin.