



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

- Abdurrahman, N.H. (2015). *Menejemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Barnwell, J. (2008). *The Fundamentals of Film-Making*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Belch, G. E & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (Eighth Edition)*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Mamer, B. (2009). *Film Production Technique: Creating the Accomplished Image*, 5<sup>th</sup>. Diperoleh dari <http://www.amazon.com/Film-Production-Technique-Creating-Accomplished-ebook/dp/B00B9DT404>
- Jeffrey, T (Ed.). (2006). *Film Business: a Handbook for Producers (edisi ketiga)*. Australia: Allen & Unwin.
- Kerrigan, F. (2010). *Film Marketing*. UK: Elsevier.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques. Second Revised Edition*. New Delhi: New Age International Publisher.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Menejemen Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2008). *Marketing Management, 12<sup>th</sup> Edition*. US:PrenticeHall.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing, Fifteenth Edition*. England: Pearson.

Schenk, S. & Long, B. (2012). *The Digital Filmmaking Handbook, Fourth Edition*. USA: Course Technology.

Soemanagara. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabet