

## Daftar Pustaka

- Ali Hasan, SE., M. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Caps Publishing.
- Angel, P. (2017). Jurnal Charta Humanika Vo Penataan Dan Peningkatan Infrastruktur Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batam Dalam Visit Batam. *Komunikasi*, (1). Retrieved From [Http://S3.Amazonaws.Com/Academia.Edu/Documents/34082502/Penataan\\_Dan\\_Peningkatan\\_Infrastruktur\\_Sebagai\\_Salah\\_Satu\\_Strategi\\_Komunikasi\\_Dinas\\_Pariwisata\\_Dan\\_Kebudayaan\\_Kota\\_Batam\\_Dalam\\_Visit\\_Bat](http://S3.Amazonaws.Com/Academia.Edu/Documents/34082502/Penataan_Dan_Peningkatan_Infrastruktur_Sebagai_Salah_Satu_Strategi_Komunikasi_Dinas_Pariwisata_Dan_Kebudayaan_Kota_Batam_Dalam_Visit_Bat).
- Assael, henry. (2001). *consumer behavior* (6th ed.).
- Belch, e. belc. goerge & a. (2003). *advertising and promotion*.
- Dominanto, N. N., Minggir, D. I. K., Sleman, K., Kepemimpinan, M., Dalam, B., Diversitas, M., ... Manoppo, Y. P. (2008). *Ekonomi & bisnis* (Vol. 2).
- Durianto, D. et al . (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan Yang Efektif*. JAKARTA: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran (KEDUA)*. ANDY OFFSET.
- Faradina, A. (2016). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Alamanda*, 5, 1–18.
- Fortunisa, A., & Agassi, A. A. (2013). *Pesan Iklan Televisi dan Personal Selling: Alat Promosi untuk Peningkatan Keputusan Pembelian*. *Journal of Communication Spectrum*, 2(2), 15.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20 -6/E*. Semarang: Universitas Ponegoro.
- Jati, I. W. (2009). pengaruh kreativitas iklan dan kredibilitas endorser terhadap iklan. *Sains Pemasaran Indonesia*, VIII(1), 83–106.
- Kotler, K. (2014). *Manajemen Pemasaran*. *Manajemen Pemasaran*, 0(1), 111. <https://doi.org/10.1890/09-2296.1.Abrams>
- Kotler, P. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ketiga. Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.*, 1–63. <https://doi.org/978-9702604006>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). JAKARTA: erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi* (Edisi 1). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Monle Lee & Carla Jhonson. (2007). *Prinsip Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. (H. Munandar, Ed.) (Pertama). Jakarta: Kencana.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Pertama). JAKARTA: KENCANA.
- Morissan, M. A. (2012). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. PRENADA.
- Muhammad Jaiz. (2013). *Dasar-Dasar Periklanan*. graha ilmu.
- Nawiroh Vera. (2014). *No Title*. (Renata Pratama Media, Ed.). JAKARTA.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS* (Cetakan Pe). Yogyakarta: Mediakom.
- Pujianto. (2003). Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. *Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 1 Januari.
- Ruben Brent D, S. L. P. (2014). *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (Edisi ke 5). Depok: PT.Raja Grafindo Persada.
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus* (revisi). Depok: Rajagrafindo Persada.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Satryani, melinda wita. (2014). Hubungan Terpaan Iklan , Terpaan Publisitas , dan Terpaan Promosi Penjualan KFC dengan Keputusan Pembelian, 0.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Manajemen. *Alfabeta*, 820. <https://doi.org/10.1177/004057368303900411>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- swa.co.id. (2017). belanja iklan di media televisi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Peneitian*. Yogyakarta: Gava Media.