

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Angipora, Marius P. *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo, 2002.
- Ardial. *Paradigma Dan Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Budi, Agung Permana. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Cannon, Joseph P. Dkk, *Pemasaran Dasar, ed. 16*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Davis, Joel J. *Penelitian Periklanan : Teori dan Praktik*, edisi kedua, -Ed.1-cet.1. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Djasmin, Saladin. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Lindakarya, 2001
- Jaiz, Muhammad. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Joko, Sugiyono. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Kasali, Renald. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- Kennedy, John E & R. Dermawan Soemanagara. *Marketing Communication, Taktik & Strategy*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Control*, Jakarta: PT. Prenhealindo, 1997.
- . *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- . *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, edisi 12. Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Lexy J, Meleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 2004.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Prisgunanto, Ilham. *Komunikasi Pemasaran Strategi Dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2006.
- Rahman, Arif. *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business: Cara Jitu Merontokkan Pesaing*, Jakarta: Trans Media, 2010.
- Rahmat, Jalaludin. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Salim, Agus. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.
- Soemanagara, Rd. *Strategi Marketing Communication Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sulaksana, Uyung. *Intregrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Sutrisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen & Strategi Merek*, Yogyakarta: ANDI, 2011.
- West, Richard & Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.
- Widi, R.K. *Asas metodologi penelitian (Sebuah Pengenalan Dan Penuntutan Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian)*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Yasir, *Buku Ajar Teori Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau, 2011.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sumber Lain

Q.S Ar-Rahman (27): 1-4

JOM FSIP, Mega Handayani, *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Skripsi Ajeng Patria Meilisa, “ Strategi *Public relations* dalam membangun *Brand Image* TV ONE sebagai televisi berita”, jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.