

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan.
- Annual Report PT. Astra International, Tbk Tahun 2013
- Amir, Mafri, 1999. *Etika Komunikasi Massa: Dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos.
- Bahtiar, Wahyu. (2011). **Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk IndosatM2**, Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Cutlip, Scott M, dkk. 2006. *Effective Public Relation*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- Diana, Ilfi N. (2012). *Hadis-hadis Ekonomi*. Malang: UIN - MALIKI PRESS.
- Dmitrijeva, Ksenija., & Batraga, Anda. (2012). Barriers to integrated marketing communication: the case of Latvia (small markets). *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58, 1018 – 1026.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fathoni, Fathir., Achmad Fauzi DH & Kadarisman H. (2013). Pengaruh Komunikasi pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek (Survey pada Pelanggan Hotel Pelangi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4 (2), 1 – 10.
- Fauzia, Ika Y. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philips & Armstrong, Gary. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lewicki, Roy J, dkk. 2012. *Negosiasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lovelock, Christopher dkk. 2011. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Moriarty, Sandra, dkk. 2011. *Advertising*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Kencana.
- Morisan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Rahayu, Yayuk Sri. (2013). Pengaruh Integrated Marketing Communication terhadap Brand Equity Perbankan Syariah di Kota Malang. *El-Dinar*, 1 (2), 115 – 129.
- Sari, Novita. (2009). **Komunikasi Pemasaran Produk Pembiayaan Dana Talangan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang**, Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh Jakarta: Indeks.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. 2004. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Ke 5. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Ke 5. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wenats Eka., dkk.2012. *Integrated Marketing Communications:Success Story*.Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Wicaksono, Agung., Imam S & Kadarisman H. (2014). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Ekuitas Merek (Studi pada konsumen mobil Toyota Avanza tahun 2012 di Auto 2000 Malang cabang Sukun). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12 (2), 1 – 10.

Winata, Erwin Adi. (2010). **Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Memasarkan Produk Cat Duta Paint**, Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Zikmund & Babin. 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.

<http://surabaya.bisnis.com/>, diakses 20 Oktober 2014

<http://www.topbrand-award.com/>, diakses 25 Oktober 2014

<http://indoanalisis.co.id/>, diakses 10 Oktober 2014

<http://harman2000.blogdetik.com/>, diakses 10 April 2015