

DAFTAR PUSTAKA

- Ariadi, W. (2010). *Analisis Motivasi, Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Gender terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi FE UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakti, Sukma., Harun, H. (2011). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Penerbangan Lion Air*. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern. ISSN 2085-0972. pp. 1-15.
- Baladi, J. (2011). *The Brutal Truth about Asian Branding and How to Break the Vicious Cycle*. Singapura: John Wiley and Sons (Asia) Pte. Ltd.
- Belch, G., E., Michael A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. USA: The McGraw Hill-Companies.
- Boyatzis, Richard. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Case Western University, USA: Sage Publication.
- Bulaeng, A., R. (2002). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Canfield, B. R. (1964). *Public Relations Principles, Cases and Problem* dikutip oleh Roland E. Wolseley & Laurence, R. Campbell. (1959). 3rd ed. *Exploring Journalism*. Prentice Hall, Inc. New Jersey: Englewood Cliffs. pp. 468.
- Cutlip, S. M. et al. (2007). *Effective Public Relations*. Vol. 5. Jakarta: Kencana.
- Dewi, Ika Janita. (2009). *Implementasi dan Implikasi kelembagaan Pemasaran Pariwisata yang Bertanggungjawab (Responsible Tourism Marketing)*. Yogyakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.
- Dias, L., Shah, A. (2009). *Marketing: Product and Price Dalam Introduction to Business*. New York: McGraw-Hill.
- Donald, P. R. Cornwell, T. B. (2003). *Brand Equity's Influence on Responses to Event Sponsorships*. Journal of Product & Brand Management. Vol. 12 (6). pp. 377-393.
- Duncan, Tom. (2005). *Advertising & IMC*. Vol. 2. New York: McGraw-Hill.
- Effendy, O. U. (1992). *Humas Suatu Studi Komunilogis*. Bandung: PT. Remaja Rosda.

- Effendy, O. U. (2006). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fandy, Tjiptono. (2006). *Manajemen Jasa*. Vol. 1. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. (2009). *Strategi Pemasaran*. Vol. 2 (7). Yogyakarta: Andi Offset.
- Farid., Y. N. (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional.
- Ferdinand., Augusty. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi*. Vol. 1. Research Paper Series. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fill., C. (1999). *Marketing Communications: Context, Content, and Strategies*. Herthfordshire: Prentice Hall. pp. 12.
- Frank, J. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Gelder, S. V. (2005). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- Hendrani, F., I. (2007). *Analisa Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Aksara Record dalam Upaya Membangun Ekuitas Merk*. Depok: Universitas Indonesia.
- Hoskins, Jim. (2007). *Word of Mouth Research: Principals and Applications*. The Journal of Advertising Research. ARF.
- Isnaini, S. (2009). *Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia*. Media Masyarakat Kebudayaan dan Politik. Vol. 22 (4). Departemen Komunikasi, FISIP, Universitas Airlangga Surabaya. pp. 324-332.
- Jatmiko. (2014). *Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Memperluas Pasar*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Kaswan. (2011). *Pelatihan dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Kinerja SDM*. Bandung: Alfabeta.
- Kavaratzis, Ashwoth. (2008). *City Branding: an Effective Assertion on Identity or a Transitory Marketing Trick?*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Kerr, G., Schultz, D., Patti, C., & Kim., I. (2015). *An Inside-out Approach to Integrated Marketing Communication*. International Journal of Advertising. Vol. 27 (4). pp. 511-548.

- Kertajaya, H. (2006). *Marketing Mix*. Vol. 9. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- King, Stephen. (2007). *What are the Risk of Innacurate Financial Reporting?*. GrowthForce.
- Kotler, Phillip. (2000). *Marketing Management*. Vol. 1. New Jersey: Prentice Hall Intl.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Vol 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Phillip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Vol. 12. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip., Armstrong, G. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran*. Vol. 9 (1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Vol. 12 (1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Vol. 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K., Lane. (2009). *Manajemen pemasaran*. Vol. 13(1). Jakarta: Erlangga.
- Lardinoit, P., Quester. P. (2001). *Attitudinal Effects of Combined Sponsorship and sponsor's prominence on basketball on basketball in Europe*. Journal of Advertising Research. Vol. 41. pp. 48-58.
- Laksono Mujito, M, Siswiyanti, Nurwildani F. (2015). *Analisa Kelayakan Ekonomi dan Strategi Pengembangan Usaha KOnveksi Cahaya Permata*. Mahasiswa ProgdI Teknik Industri, Universitas Pancasila Tegal.
- Landa, Robin. (2006). *Graphics Design Solution*. Vol. 3. New York, Rivers: Thomson Delmar Learning.
- Laudon, K. C. Traver, C. G. (2013). *E-Commerce 2014: Business, Technology, Society*. Prentice-Hall, Inc. 10th edition.
- Lin., N. H, Lin., B. S. (2007). *The Effect of Brand Image and Product Knowledge*

on Purchase Intention Moderated by Price Discount. Journal of Management Studies.

Lubis, E, Sulviawati, W. (2013). *Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) pada Media Cetak Harian Riau Pos dalam Mempertahankan Pelanggan.* Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau.

Lovelock., C, Wirtz., J. (2007). *Services Marketing: People, Technology, Strategy.* Singapore: Prentice Hall.

Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R. Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Vol. 2. Jakarta: Salemba Empat.

Madhavaram, S. Badrinarayanan, V & McDonald, R, E. (2013). *Integrated Marketing Communication (IMC) And Brand Identity as Critical Components of Brand Equity Strategy: A Conceptual Framework and Research Propositions.* Journal of Advertising. Vol. 34 (4). pp 69-80.

Mangkunegara, A, A, Prabu. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mangold, Glynn., W., Faulds, D. (2009). *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix.* Business Horizons. Vol. 52. pp. 357-365.

Manurung, A., H. (2006). *Wirausaha: Bisnis UKM (Usaha Kecil Menengah).* Jakarta: Kompas.

Meenaghan, T. (1995). *The Role of Advertising in Brand Image Development.* The Journal of Product and Brand Management. Vol. 4. pp. 23-34.

Miles, B., Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analisis: An Expanded Sourcebook 2nd ed.* London: Sage.

Morissan, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Morrison. (2012). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Kencana. pp. 7-11.

Morrison. (2014). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Moriarty, S., dkk. *Advertising.* Jakarta: Kencana. pp. 234.

- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Narver, J. C & Slater, S. F. (1990). *The Effect of Market Orientation on Budiness Profitability*. *Journal of Marketing Research*. Vol. 54. pp. 22-35.
- Neumier, M. (2003). *The Brand Gap*. New York: New Riders Publishing.
- Notoardjo, S. (2011). *Event Organizing: Dasar-Dasar Event Management*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Onong, U, Effendy. (2001). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pelham, A. M., Wilson. (1997). *Mddiating Influences on the Relationship Between Market Orientation and Profitability in Small Industrial Firms*. Vol. 5 (3). *Journal of Marketing Theory and Practice*. pp. 55-76.
- Peter, J. Paul., Donnelly, J. (2007). *Marketing Management- Knowledge and Skills*. Vol. 8. McGraw-Hill Irwin. Boston, MA.
- Poerwandari, E., Kristi (2007). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3. pp. 22-23.
- Porcu., Lucia., Garcia., Salvador del Barrio., et al. (2012) *How Integrated Marketing Communication (IMC) Works? A Theoritical Review and an Analysis of it's Main Drivers and Effect*. *Communication Sociedad*. Vol. 25 (1). 313-348.
- Purba, Amir, et al. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemeasaran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ries, Al & Trout, Jack. (2002). *Positioning: The Battle for Your Mind*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Robert, B & Taylor, S. (1975). *Introduction to Qualitative Research Method: A Phenomenological Approach to the Social Sciences*. *New York: John Wiley & Sons*. pp. 4-5.
- Robert, K. Yin. (2000). *Studi Kasus (desain dan metode)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Schultz. T. (2004). *School Subsidies for the Poor: Evaluating the Mexican Progresa Poverty Program*. Journal of Development Economics. Vol. 74(1). pp. 199-250.
- Shchiffman., Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Vol. 7. Jakarta: Prentice Hall.
- Shimp, A. Terence. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Stake., Robert E. (2005). *Case Study Methods in Educational research: Seeking Sweet Water*. In R. M. Jaeger (Ed.) *Complementary methods for research in education*. American educational Research Association: Washington, DC. Vol. 2 pp. 401-414.
- Sule, E. T., Saefullah., K. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media.
- Supranoto. (2007). *Analisis Pengaruh Perkembangan Sumber Daya Manusia, Orientasi Pasar, Teknik Promosi Terhadap Keunggulan bersaing dan Kerja Pemasaran pada Industri Rokok di Jawa Timur*. Diseratsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Swastha, B. (2002). *Asaz-Asaz pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. (2005). *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Temporal, Paul. (2000). *Branding in Asia*. Singapore: John Wiley & Sons.
- Terence, A. Shimp. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Vol. 1. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Vol. 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya., Y, Santoso., C, A. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Konveksi Kaos Sablon di Kota Bandung*. Fakultas Teknologi Industri. Jurusan Teknik Industri. Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

SUMBER LAIN

- FlyingEagle. (2016). *Perbandingan Sablon Plastisol dengan Sablon Rubber*. (www.mobnasesemka.com) diakses pada tanggal 18 November 2017, pukul 06.15 WIB).
- Mileniawati, P. (2006). *Apa itu SME (Small to Medium Enterprise)?*. Diakses dari (https://sony-ak.com/articles/6/what_is_sme.php) pada tanggal 21 Februari 2017, pukul 17.57)

Robbani, Wizam. (2017). *Tahu Ngga Sih? Kalau 4 Distro Ini Ternyata Milik Musisi dan Artis*. CSKaos. Diakses dari (<https://cskaos.com/tahu-ngga-sih-kalau-4-distro-ini-ternyata-milik-musisi-dan-artis/>. diakses pada tanggal 18 November 2017, pukul 19.25 WIB).

Salatiga.bps.go.id. *Kenaikan jumlah industri yang terdaftar pada tahun 2012 hingga tahun 2014 dan penurunan di tahun 2015*. Diakses dari (<https://salatigakota.bps.go.id/> diakses pada tanggal 17 November 2017, pukul 23.15 WIB).

Salatiga.bps.go.id. Luasan Wilayah Kota Salatiga. Diakses dari (<https://salatigakota.bps.go.id/webbeta/frontend/linkTabelStatis/view/id/97> diakses 08 April 2018, pukul 17.03).

_____. (2018). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Diakses dari (<https://www.depkop.go.id>, pukul 13.02 WIB).