

DAFTAR PUSTAKA

- Abell, F. D., *Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning*, Prentice Hall, Inc., New Jersey, 1980.
- Bang, V.V. dan Joshi, L.S, Conceptualization of Market Expansion Startegies in Developing Economies, *volume 12 no.4 Academy of Marketing Science Review, Academy of Marketing Science*, 2008.
- Dash, S., Bruning, E., dan Guin, K.K, Antecedents of Long-Term Buyer-Seller Relationships: A Cross Cultural Integration, *volume 2007 no.11 Academy of Marketing Science Review, Academy of Marketing Science*, 2007.
- Data Passport, First Half 2010*, comScore, Inc., 2010.
- Eisend, M. dan Guler, P.S, Explaining Counterfeit Purchases: A Review and Preview, *volume 2006 no.12 Academy of Marketing Science Review, Academy of Marketing Science*, 2006.
- Geisheker, P. C., *How To Write A Marketing Plan*, The Geisheker Group, Inc., 2008.
- Hambrick, D. C. dan Fredrickson, J. W., Are You Sure You Have A Strategy?, *Academy of Management Executive, vol. 19, No. 4*, 2005.
- Hasan, L., *Tingkat Pembajakan Piranti Lunak Di Indonesia Naik Menjadi 85% Di Tahun 2008*, News Release, Business Software Alliance, 2008.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., Best, R. J., *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 10/e*, The McGraw-Hill Companies, Inc., New York, 2007.
- Holsti, O. R., *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, Reading, MA, Addison Wesley, 1969.
- <http://bataviase.co.id/node/89753>, 28 Juni 2010.
- <http://bse.depdiknas.go.id>
- <http://jardiknas.depdiknas.go.id/index.php/tentang-kami>
- <http://office.microsoft.com/en-us/products/FX101635841033.aspx>
- <http://office.microsoft.com/en-us/products/HA102103171033.aspx>



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Rencana pemasaran perangkat lunak openoffice.org untuk pasar Indonesia
HERLAMBA, Raden Riza, Naila Zulfa, S.E., MA
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

http://osc.ugm.ac.id/ossdata/index.php?title=Deklarasi_Bersama_Indonesia_Go_Open_Source

<http://www.apindo.or.id>

<http://www.apjii.or.id/dokumentasi/statistik.php>

[http://www.bhinneka.com/products/sku00308712/microsoft_office_2007_home_and_student_3-user_\[box\].aspx](http://www.bhinneka.com/products/sku00308712/microsoft_office_2007_home_and_student_3-user_[box].aspx), 26 Juli 2009.

<http://www.businesspundit.com/microsofts-china-strategy>, 26 Juli 2010.

<http://www.depkominfo.go.id/2006/01/01/pc-rakitan-tetap-dominasi-pasar-nasional>.

<http://www.google.com/google-d-s/whatsnew.html>, 10 Januari 2009.

<http://www.iphoneresource.net/iphone/general/microsofts-marketing-strategy-to-change-the-Office-Personal-Edition-pre-installed-PC-manufacturers-can-take-the-cheap-route>, 26 Juli 2010.

<http://www.klikbca.com>

<http://www.microsoft.com/china>, 26 Juli 2010.

<http://www.koffice.org/>, 29 Desember 2009.

<http://www.openoffice.org>

<http://www.pranata.lipi.go.id/index.php/2008/05/26/komputer-rakitan-indonesia-akan-gunakan-igos>, 26 Juli 2009.

<http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2009/01/23/brk,20090123-156671,id.html>. 23 Januari 2009.

<http://www.tempointeraktif.com/hg/it/2010/03/17/brk,20100317-233133,id.html>, 2 April 2010.

http://wiki.services.openoffice.org/wiki/Market_Share_Analysis, 26 Juli 2010.

<http://www-01.ibm.com/support/docview.wss?rs=479&uid=swg27007762>

<http://www-112.ibm.com/software/howtobuy/buyingtools/paexpress/Express?PO=E1&part>

Kotler, P., Armstrong, G., *Principles of Marketing 9e*, Prentice Hall, Inc., New Jersey, 2001.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Rencana pemasaran perangkat lunak openoffice.org untuk pasar Indonesia
HERLAMBA, Raden Riza, Naila Zulfa, S.E., MA
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

- Kotler, P., Keller, K. L, *Marketing Management 13e*, Pearson Education, Inc. New Jersey, 2009.
- Kurniawan, Y., *Koffice, Aplikasi Perkantoran Alternatif dari KDE*, Komputer edisi Desember 2009, PT Prima Infosarana Media, Jakarta, 2009.
- Maulani, F. I., *Pasar Komputer RI Lampaui Asia Pasifik*, Harian Bisnis Indonesia, edisi 21 Juli 2009, Jakarta, 2009.
- McCreesh, J., *Strategic Marketing Plan 2010*, OpenOffice.org Marketing Project, OpenOffice.org Conference, Berlin, 2004.
- Morris, I., Resilience amid turmoil: Benchmarking IT Industry Competitiveness 2009, The Economist Intelligence Unit, the Business Software Alliance (BSA), 2009.
- Panduan Materi Ujian Sekolah Tahun Pelajaran 2004/2005, SD/MI, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Pusat Penilaian Pendidikan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Departemen Pendidikan Nasional.
- Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia, Oktober 2008, Badan Pusat Statistik.
- Perkembangan TI di tahun 2009*, InfoKomputer, edisi Desember 2009, PT Prima Infosarana Media, Jakarta, 2009.
- Purwoko, Bambang, *Penelitian Kualitatif*, UGM, Jogjakarta, 2010.
- Siaran Pers No. 221/PIH/KOMINFO/11/2009
- Statistik Perbankan Indonesia, Direktorat Perizinan dan Informasi Perbankan, Bank Indonesia, Januari 2010.
- Strauss dan Corbin, *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures & Technique*, Sage Publication, Newbury Park, 1990.
- Sudarmadi dan Mahyudi, A., *Menggarap Ceruk Bisnis TI*, SWA edisi No.27/XXIII/18 Desember 2007-8 Januari 2008, Yayasan Sembada Swakarya, Jakarta, 2008. Sudarmadi dan Mahyudi, A., *Menggarap Ceruk Bisnis TI*, SWA edisi No.27/XXIII/18 Desember 2007-8 Januari 2008, Yayasan Sembada Swakarya, Jakarta, 2008.
- Sun Microsystems Facts at a Glance, www.sun.com, November 2008.
- Supranto, J., *Pentingnya Rencana Pemasaran Pada Perusahaan Jasa dan Manufaktur*, 2004.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Rencana pemasaran perangkat lunak openoffice.org untuk pasar Indonesia
HERLAMBANG, Raden Riza, Naila Zulfa, S.E., MA
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor
05/SE/M.KOMINFO/10/2005 Tentang Pemakaian dan
Pemanfaatan Penggunaan Piranti Lunak Legal Di Lingkungan
Instansi Pemerintah.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta.

Zwick, D., Dholakia, N., *Consumer Subjectivity in the Age of Internet: The
Radical Concept of Marketing Control through Customer
Relationship Management*, York University, Canada, 2004.