

Daftar Pustaka

Buku

- Arifin, A. (2003). *Viral Marketing : Konsep Baru Berinvestasi & Berwirausaha*. Yogyakarta : Andi Offset
- Brannan, Tom (1998) *Pedoman Praktis untuk Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cheng, H., Kotler, P., & Lee, N.R. (2011). *Social Marketing for Public Health : Global Trends and Succses Stories*. Canada : Jones and Barlett Publishers.
- Dewi, IJ. 2009. *Creating & Sustaining Brand Equity, Aspek Manajerial dan Akademis dari Branding*. Yogyakarta : Amara Books.
- Handayani, D., Andrizal, Darmaja, A., Nasution, RF., & Ridwansyah, A. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi, Erlangga Group.
- Larry, P. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communications*. Published by Elsevier Inc.
- Jauch, L.R., & William F.G. (1996). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations. Edisi Kelima*. Direvisi Oleh Daniel Yadin. Jakarta : Erlangga.
- Kaye, J., & Michael A. (2005). *Perencanaan Strategis Bagi Organsiasi Nirlaba*. Jakarta :Yayasan Obor Indonesia.
- Kertajaya, Hermawan. (2000). *The 22 Immutable Laws of Branding, Strategi Membangun Produk atau Jasa Menjadi Merek Berkelas Dunia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- _____. (2010). *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta : Kompas Gramedia.
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi Ketujuh*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- _____, & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke-5*. Jakarta : Erlangga.

- _____, & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi ke-8*. Jakarta : Erlangga.
- _____. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- _____, Kartajaya, H., Huan, H.D., & Liu, S. (2008). *Rethinking Marketing Sustainable Market-ing Enterprise in Asia, Second Edition*. Singapura : Prentice Hall.
- Kriantono, R. (2002). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusumasari., Bevaola., Widodo, A.S., Hempri, S., Ely, S., & Pradhikna, Y. (2015). *Memahami Model Bisnis Organisasi Sosial (Social Entrepreneurship) di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi, Edisi 3*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Morissan. (2014). *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi ke-5*. Jakarta : Erlangga.
- _____. (2004). *Periklanan & Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu, Jilid II. Edisi ke-5*. Jakarta : Erlangga
- _____. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion, 8e*. Canada : Nelson Education.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Rosda.
- Ritonga, M.J. (2015). *Riset Kehumasan*. Jakarta : PT. Grasindo
- Trisnanto, A. (2007). *Cerdas Beriklan*. Yogyakarta : Galang Press.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

Jurnal dan Penelitian

- Alden, D.L., Deshpande, S., & Basil, M.D. (2012). *Communications in Social Marketing*. Sage Handbook, ResearchGate, 167-177
- Andreasen, A.R. (1994). *Social Marketing : Its Definition and Domain*. Journal of Public Policy & Marketing, 13(1), 108-114.
- _____, & Kotler, P. (2009). *Strategic Marketing For Non-Profit Organizations 6th ed*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Belch, G.E., & Michael A.B. (2003). *Advertising and Promotion: An Introduction to Integrated Marketing Communication*. Boston: The McGraw-Hill Companies.
- Dibb, S., & Marylyn, C. (2013). *Social Marketing Transformed : Kotler, Polonsky and Hastings Reflect on Social Marketing in a Period of Social Change*. Emerald Group Publishing Limited.
- Dolnicar, S., & Lazarevski, K. (2009). *Marketing in Non-Profit Organizations : an International Perspective*. Research Online : University of Wollongong, 1-32.
- Gaffar, V. & Vanny, L. (2014). *Pengaruh Social Marketing Campaign Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Untuk Menjadi Donatur Greenpeace Indonesia*. Jurnal Manajemen, 2(1).
- Karinda, S. (2013). *Revitalisasi Museum Melalui Kampanye “Gerakan Nasional Cinta Museum”*. Universitas Gadjah Mada.
- Lefebvre, R.C. (2011). *An Integrative Model for Social Marketing*. Journal of Social Marketing, 1(1), 54-72.
- _____. (2012). *Transformative Social Marketing : co-creating the Social Marketing Disciplin and Brand*. Journal of Social Marketing, 2(2), 118-129.
- Ferdhiany, S.F. (2014). *Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Program “Business System” Tapro Dana Cash 2M PT. Asuransi Life Allianz Cabang Kota Yogyakarta dalam Merekrut New Business Executive*.
- Dinia, N. (2013). *Strategi Komunikasi Manajer Marketing PT. Garuda Nusantara Realty dalam Menarik Minat Konsumen Sampai Keputusan Pembelian*. eJurnal Ilmu Komunikasi, UNMUL.
- Nasiha, S. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) dalam Mengokohkan Brand Dagadu Djokdja*. eJournal Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Nur, T.H. (2013). *Evaluasi terhadap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Sosial Non-Government Organization (NGO) untuk Isu-Isu Anti Kekerasan terhadap Perempuan (Studi Kasus Kampanye Anti Kekerasan Terhadap Perempuan Cut Nyak Dien Yogyakarta dan Solidaritas Perempuan untuk Hak Asasi Manusia Surakarta)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1), 143-160.

Takalani, M. (2015). *A Review and Analysis of The Role of Integrated Marketing Communication Message Typology in The Development of Communication Strategies*. 7(8).

Utomo, S.S. (2013). *Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Kesadaran Hidup Sehat Peternak di Kecamatan Selo Boyolali*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(1), 59-67.

Pustaka Online

PKPU. <http://pkpu.or.id>

BAZNAS. <http://pusat.baznas.go.id/>

KR Jogja. <http://krjogja.com>

Fanspage PKPU. <http://facebook.com/PKPUYogyakartaFULL/>

Mintarti, Nana. (2009). *Marketing Organisasi Nirlaba*. Retrieved from <http://www.imz.or.id/new/article/56/marketing-organisasi-nirlaba/?lang=id>

Sumber Lain

Al-Qur'an Digital (Salaam)

Septin, Tri. *Strategi Co Branding Untuk Meningkatkan Ekuitas Merk*.

Sudiana, N., & Dewayana, W. (2016). *Mengenal IZI Lebih Dekat*. Jakarta : LAZNAS IZI (Inisiatif Zakat Indonesia)