

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Anwar, J. (2017). *Employess : Crafting and Sustaining Competitive Advantage*. Jakarta : Incubea Kreatif Indonesia.
- Anwar, J. (2019). *Empowering The Future*. Jakarta : Karennita Rahayu Sidik.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dharmmesta, H. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta : Liberty.
- Duncan, Tom. (2008). *Integrated Communication Marketing: Using Advertising and Promotion to Build Brand*. New York: McGraw Hill
- Fisbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief Attitude, Intention and Baehavior : An Introduction To Theory and Research*. Reading, MA : Addison-Wesley.
- Gitosardjono, S. (2013). *Wirausaha Berbasis Islam & Kebudayaan*. Jakarta : Pustaka Bisnis Indonesia.
- Hair, Jr, Joseph, F, et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition. New Jersey: Preticehall, Inc.
- Jumlah kunjungan wisatawan domestic dan mancanegara. (Online). Diakses 23 maret 2020 dari <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/04/05/1296/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-ke-indonesia-menurut-pintu-masuk-2017-2020.html>
- Kaplan, R.S., Norton, D.P. (2000). *Balanced Scorecard : Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P & Kevin, L. (2019). *Marketing Management Edisi 13*. Global Edition. London : Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin, L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin, L. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. 2011. (Online). Diakses 17 September 2020 dari <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18240>
- Kusniadji, S. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT. Expand Berlian Mulia di Semarang)*. Jurnal Komunikasi. 8, (1), 83-98.
- Medeiros, E. D., Gouveia, V. V., Gusmão, E. E. S., Milfont, T. L. and Aquino, A. A. 2012, "functionalist theory of human values : evidence of their suitability in connection with Brazil", *Mackenzie Administration Magazine*, 13, (3), 18.

- Merunut Pemahaman Taksonomi Bloom : Suatu Kontempilasi Filosofis. 2010. (Online). Diakses 17 September 2020 dari
- Monahan, R. G., Marino, S. B. and Millar, R. 1996. “*Teacher attitude towards inclusion: implication for teacher education in school 2000*”. *Education*. Vol. 117 No. 2, Summer 1996 . 316 – 320.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/2878>
- Napitupulu, E. V. (2018). Efektifitas Kreasi Nilai dan Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Perusahaan Kosmetik di Wilayah Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 8, (1), 26-41.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian Tesis, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian Tesis, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Penerapan *Balance Scorecard* Pada Pengukuran Kinerja PT. Blue Bird Tbk. 2019. (online). Diakses 17 September 2020 dari
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/45276>
- Pengembangan Aplikasi Augmented Reality Berbasis Android Pada Gedung Mikroskil. 2017. (online). Diakses 17 September 2020 dari
<http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1765/PENGEMBANGAN-APLIKASI-AUGMENTED-REALITY-BERBASIS-ANDROID-PADA-GEDUNG-MIKROSKIL>
- Peter, J. Paul & Jerry C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat.
- Poerwadarminta, W.J.S. (1999). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sector bidang kreatif. 2009. (Online). Diakses 23 maret 2020 dari
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/11298/inpres-no-6-tahun-2009>
- Smith, P.R., Berry, C., & Pulford, A. (1993). *Strategic Communication marketing*. UK: Kogan Page.
- Tantalo & Priem, R.L. (2014). *Value Creation Through Stakeholder Synergy. Theory of Planned Behavior*. (2013). Online. Diakses pada 17 September 2020 dari
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074959789190020T>
- Zulkarnain, H. (2014). *Entrepreneurial Marketing Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.