

## DAFTAR PUSTAKA

Annual Report Pos Indonesia 2015

Hajat, Nurahma, dkk. (2008). **Pedoman Penulisan Karya Ilmiah**. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

<http://e-globalbusiness.com/2015/11/merubah-tantangan-menjadi-peluang-pos-indonesia-siap-berinovasi-optimalisasi-seluruh-potensi-bisnis-di-2016>, diakses pada 2 Mei 2016.

<https://teorionlinejurnal.wordpress.com/2012/08/20/menentukan-ukuran-sampel-menurut-para-ahli/> (diakses pada tanggal 13 Januari 2017)

Keller, Kevin Lane. (2012). *Strategic Brand Management* (4th edition). England: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Edition (New Jersey: Pearson International Edition, 2016)

Leslie Kanuk & Leon G. Schiffman, *Customer Behavior*, Tenth Edition (New Jersey: Pearson International Edition, 2010)

Lovelock, Christopher H. & Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Indeks, 2007)

Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008)

Schiffman, Leon G. Kanuk, Leslie Lazar. (2010). *Consumer Behavior*. Tenth Edition. Pearson. 6

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi.

West, Richard & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi, Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008)

[www.posindonesia.co.id](http://www.posindonesia.co.id), diakses pada 14 Januari 2017.

[www.unj.ac.id](http://www.unj.ac.id), diakses pada tanggal 27 Desember 2016.