

DAFTAR PUSTAKA

Weaver, Warren (1949). *Mathematical Theory of Communication*.

Fisher, B. Aubrey (1986). *Teori-Teori Komunikasi*.

Minor dan Mowen (2002). *Teori Gaya Hidup*.

Suratno dan Rismiati (2001). *Pengertian Gaya Hidup*.

Zeithaml (2003). *Karakteristik Jasa*.

Lupiyoadi, Rambat (2001). *Kunci Sukses Jasa*.

Saladin, Djaslim (2003). *Promosi Sebagai Komunikasi*.

Alma, Buchari (1992). *Teori-Teori Promosi*.

Kotler (1997). *Menejemen Pemasaran*.

Swasta (1996). *Konsep Pemasaran*.

DAFTAR ISTILAH

Brosur	: Terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Isinya memuat informasi yang cukup lengkap dan penting.
Font	: Jenis huruf.
Layout	: Penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistic.
Poster	: Suatu media penyampaian berupa informasi-informasi penting. Dapat berupa promosi atau kampanye.
Segmentasi	: Proses pemisahan pasar total menjadi kelompok-kelompok pasar dengan kebutuhan yang sama.
Targeting	: Persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar.
Gimmick	: Bentuk cinderamata yang dibagikan gratis bagi pengunjung, berfungsi agar masyarakat yang datang selalu mengingat akan acara yang terdapat di dalamnya.
Positioning	: Tindakan perusahaan untuk merancang produk bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.
Target Market	: Penentuan sasaran yang pasti dari pasar.