

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik -6/E*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Cangara, Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Claxton, Lena., Woo, Alison. (2008). *How to Say It: Marketing with New Media : A Guide to Promoting Your Small Business Using Websites, E-Zines, Blogs, and Podcasts*. New York: Prentice Hall Press.

Creswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Durianto, Darmadi. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: Gramedia.

Fidler, Roger F. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. New York: SAGE Publications.

Harris, Thomas L., Whalen, Patricia T. (2006). *The Marketers Guide to Public Relations in 21st Century*. Ohio: Thomson.

Kamalipour, Yahya R. (2007). *Global Communication - 2/E* . California: Thomson Wadsworth.

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen A. (2008). *Theories of Human Communication* -9/E. Australia: Thomson.
- Miller, Katherine. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts* -2/E. Boston: McGraw Hill.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rodman, George. (2010). *Mass Media in a Changing World* -3/E. Boston: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Strauss, Judy., Frost, Raymond. (2009). *E-Marketing* -5/E. New Jer: Pearson Prentice Hall.
- Taniredja, Tukiran., Mustafidah, Hidayati. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Wuebben, Jon. (2012). *Content is Currency: Developing Powerful Content for Web and Mobile*. Boston: Nicholas Brealey Publishing.
- Yamin, Sofyan., Rachmach, Lien A., dan Kurniawan, Heri. 2011. *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda*. Jakarta: Salemba Empat.

Skripsi:

Ferdiansyah, Mufti. (2012). Analisis Efektivitas iklan Telkomsel As Versi “Testimoni Sule” Menggunakan Epic Model terhadap *Brand Awareness*. Bandung: Telkom Economics and Business School.

Imansari, Rissa. (2013). Kualitas *Website* PT. Telkom sebagai Salah Satu Media Promosi. Bandung: Telkom Economics and Business School.

Roelwaqi, Annis. (2012). Efektivitas Twitter sebagai Media Penyampaian Berita. Bandung: Telkom Economics and Business School.

Dokumen:

Company Profile PT. Dirgantara Indonesia (Persero). (2013). Materi Presentasi kepada Klien. Bandung: PT. Dirgantara Indonesia (Persero).

Sejarah dan Perkembangan PT. Dirgantara Indonesia (Persero). (2013). Dokumen Resmi Perusahaan. Bandung: PT. Dirgantara Indonesia (Persero).

Internet:

Website PT. Dirgantara Indonesia (Persero). <http://www.indonesian-aerospace.com/> diakses pada 30 September 2013, pukul 19:41.

Website Majalah *Webdesign* One Extra Pixel. <http://www.onextrapixel.com/2011/01/27/writing-web-content-the-top-15-rules-for-better-copy/>, diakses pada 7 April 2014 pukul 15.14 WIB.

Website *Web Content Consultant* Australia 4Syllables. <http://www.4syllables.com.au/resources/web-writing-tips/headings/>, diakses pada tanggal 7 April 2014 pukul 16.54 WIB.

Masable. <http://mashable.com/2011/09/12/website-usability-tips/>, diakses pada tanggal 7 April 2014 pukul 18.31 WIB.

Website Majalah *Webdesign* Online Smashing Magazine.
<http://www.smashingmagazine.com/2008/01/31/10-principles-of-effective-web-design/>, diakses pada tanggal 7 April 2014 pukul 19.07 WIB.