

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Akbid Babel, *Data kemahasiswaan*, Bagian Kemahasiswaan Akademi Kebidanan Bangka Belitung, Bangka Belitung : 2013
- Bungin, Burhan, 2011, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Kencana
- Cutlip M Scott ,Center H Allen, Broom M Glen, 2009, *Effective Public Relations*, edisi kesembilan, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Djanalis djanaid, 1993. *Public Relation : teori dan praktik*, Malang : Indopurels Group
- Jefkin, Frank, 2004, *Public Relations*, Jakarta: PT. Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan, 2003, *Rethinking Marketing*, Jakarta: Prenhallindo
- Kasali, Rhenald, (2007), *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B, 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jilid 2, Jakarta : Salemba Empat
- Lamb, Hair, dan McDaniel, 2001, *Pemasaran*, Buku 1. Penerjemah David Octarevia. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Moekijat, 2000, *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Penerbit Mandar Maju
- Moleong Lexy J, 1988, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rachmadi, F, 1992, *Public Relations Dalam Teori & Praktek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy, 2009,*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta : PT. Gramedia PustakaUtama
- Ruslan, Rosady, 2006, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta :PT Raja Grafindo Persada

- Sigit, Suhardi, 2007, *Marketing Praktis*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Sistaningrum, Edyningtyas, 2002, *Manajemen Penjualan Produk*, Yogyakarta : Kanisius.
- Soemanagara, Rd, 2006, *Strategic Marketing Communication, Konsep Strategis dan terapan*, Bandung : Alfabeta
- Sulaksana, Uyung, 2003, *Integrated Marketing Communication: Teks dan Kasus*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Swastha, Basu DH dan Irawan, 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yin, Robert. K. 2000, *Studi Kasus, Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja.

JURNAL/WEBSITE

- Kartika, Yanita Dewi, 2011, *Analisis Efektivitas Bauran Promosi Pada Bimbingan Belajar Sentral Edukatif Bogor*, Program Sarjana Alih Jenis Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, dalam <http://id.scribd.com/doc/189991549/ANALISIS-EFEKTIVITAS-BAURAN-PROMOSI-PADA-BIMBINGAN-BELAJAR-SENTRAL-EDUKATIF-BOGOR>
- Maknunah, Jauharul, 2012, *Pengaruh Biaya Pendidikan dan Biaya promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Mahasiswadi STIMIK PPKIA Pradnya Paramita Malang*, jurnal Dinamika Dotcom Vol. 4 No. 1, hal 95, diakses pada <http://lkppm.pradnya.ac.id/wp-content/uploads/2013/02/Jurnal-bu-harul.pdf>
- Marhadi, dkk, 2013, *Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah di Perumahan di PT. Asta Karya Pekanbaru*, Jurnal ekonomi Volume 21, Nomor 3 September 2013, hal 4, diakses pada <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/viewFile/1747/1719>

Moratorium PTS Berlaku untuk Kampus Asing, dalam <http://www.tempo.co/read/news/2012/08/25/079425345/Moratorium-PTS-Berlaku-untuk-Kampus-Asing> diakses tanggal 7 Februari 2014

- Muazaro, Venny, *Segmentasi Pasar, dalam* (http://venny-muazzaro-fib13.web.unair.ac.id/artikel_detail-101111-Psikologi%20Pelayanan-Segmentasi%20Pasar.html)
- Puspito, Hermas, 6 tahap merencanakan promosi, alma yang diakses dalam <http://portalpengusaha.com/marketing/6-tahap-merencanakan-promosi>
- Selang, Christian A.D, 2013, *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*, Jurnal EMBA, Vol I No 3 Juni 2013, hal 73, diakses pada <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/1374/1085>
- Tim Studi Analisa Program Promosi Dan Pengenalan Produk Pasar Modal Dan Jasa Keuangan Oleh Pelaku Industri Jasa Keuangan, 2007, *Studi Analisa Program Promosi Dan Pengenalan Produk Pasar Modal Dan Jasa Keuangan Oleh Pelaku Industri Jasa Keuangan*, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Departemen Keuangan Republik Indonesia, dalam [http://www.bapepam.go.id/pasar_modal/publikasi_pm/kajian_pm/studi-2007/laporan%20hasil%20studi%20analisa %20program%20promosi.pdf](http://www.bapepam.go.id/pasar_modal/publikasi_pm/kajian_pm/studi-2007/laporan%20hasil%20studi%20analisa%20program%20promosi.pdf)
- Utari, Woro, 2011, *Analisis Strategi Marketing Mix PT Combiphar serta Pengaruh Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*, Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.2, No. 2, Oktober 2011, dalam <http://ejournal.uns.ac.id/jurnal/oktober%202011/Utari%202011.pdf>

INTERVIEW GUIDE

Disusun sebagai landasan penelitian atas skripsi berjudul

“STRATEGI PROMOSI AKADEMI KEBIDANAN BANGKA BELITUNG DALAM MENARIK MAHASISWA BARU 2013-2014”

I. Segmentasi Promosi

1. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Akademi Kebidanan Bangka Belitung secara spesifik ditujukan kepada siapa?
2. Siapa yang menjadi target sasaran dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh Akademi Kebidanan Bangka Belitung?
3. Ditinjau dari tingkat sosial ekonomi, kegiatan promosi ini ditujukan siapa?
4. Secara psikografi, target seperti apa yang diinginkan?
5. Secara geografis, targetnya menjangkau daerah mana saja?
6. Apa yang menjadi bahan pertimbangan Akademi Kebidanan Bangka Belitung dalam penentuan wilayah untuk melakukan promosi?
7. Berdasarkan data yang dimiliki, berasal dari wilayah mana saja mahasiswa Akademi Kebidanan Bangka Belitung?

II. Tujuan promosi

1. Pesan apa yang ingin disampaikan dalam promosi tersebut?
2. Media promosi apa yang dipakai, mengapa?
3. Bagaimana pola promosi agar mereka tertarik untuk melanjutkan kuliah di Akademi Kebidanan Bangka Belitung?
4. Apa yang membedakan antara Akademi Kebidanan Bangka Belitung dengan perguruan tinggi lainnya khususnya yang ada di Bangka Belitung?
5. Berapa dana yang digunakan untuk promosi?

7. Apa perbedaan Akademi Kebidanan Bangka Belitung dibandingkan dengan Akademi Kebidanan lain yang nantinya ditonjolkan kepada khalayak?

III. Media Promosi

1. Media apa saja yang digunakan dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh Akademi Kebidanan Bangka Belitung?
2. Media apa yang paling sering digunakan dalam kegiatan promosi tahun 2013 dan apakah akan terpakai di kemudian oleh Akademi Kebidanan Bangka Belitung?
3. Apa alasan anda menggunakan media iklan tersebut?
4. Hal atau materi apa saja yang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan media promosi?
5. Apa hambatan dalam promosi tahun 2013?
6. Apakah ada rekomendasi promosi untuk tahun 2014?