

DAFTAR PUSTAKA

A.G. Eka Wenats, dkk. (2002), *Integrated Marketing Communications – Komunikasi Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Belch, George E., Belch, Michael A. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th Edition*. New York : McGraw-Hill

Buletin *online* APJII

<https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI05November2016.pdf>
(diakses pada Februari 2017)

Clow, Kenneth E. & Donald Baack. (2012). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications: Fifth Edition*, New Jersey: Prentice Hall

David, Fred R. (2013). *Strategic Management: Concepts, Global Edition. 14th edition* . England: Pearson Education Limited

Executive Development Program Syllabus

Fattah, Nanang (2004). *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*. Bandung, Remaja Rosdakarya dalam
http://www.bppk.depkeu.go.id/webpegawai/attachments/444_Konsep_Modal_Manusia%20REV.pdf (diakses pada januari 2017)

Kountur, Ronny, (2009). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta : Penerbit PPM

Kotler, P & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, Fourteenth Edition. London: Pearson

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry. (2012). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi : Perspektif Indonesia*. Jakarta : Erlangga

Malhotra, Naresh K. (2009). *Marketing Research : An Applied Orientation, Sixth Edition*, New Jersey,USA : Pearson education, Inc

Merari, Leonard. (2014). *Generasi Y, Generasi Z dan Bonus Demografi Indonesia 2025*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Trisakti

Majalah Marketeers Edisi Bulan April 2017

Raharjo, Wasisto. (2015). Bonus Demografi Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi: Jendela Peluang Atau Jendela Bencana di Indonesia?. *Populasi*. Volume 23 Nomor 1 2015 Halaman 1-19

Rahmidani, Rose (2015). Penggunaan E-commerce dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. Padang, SNEMA dalam http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26.%20Rose%20Rahmidani%20%28hal%20344-352%29_0.pdf (diakses pada Maret 2017)

Republik Indonesia. (2010). Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Pasal 102 Ayat 2.

Rangkuti, Freddy. (2002). *Creating Effective Marketing Plan*, Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Values & Analisis Kasus, Jakarta: Gramedia pusaka utama,

Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (8th Edition)*. Usa : South-Western Cengage Learning

www.ppm-manajemen.ac.id/tentang-kami/

www.tanyapajak1.wordpress.com/2012/11/22/menghitung-pajak-penghasilan-wajib-pajak-wp-badan/

www.pajak.go.id/content/article/refleksi-tingkat-kepatuhan-wajib-pajak

www.antaraneews.com/print/145637/bkkbn-indonesia-mendapat-bonus-demografi-pada-2020

www.adgimalang.com/wp-content/uploads/2015/08/PERAN-KOMUNITAS-DAN-ASOSIASI-PROFESI-DESAIN-GRAFIS-DI-INDONESIA-DALAM-MEMPERSIAPKAN-MASYARAKAT-EKONOMI-ASEAN-MEA-2015.pdf --07/04

www.marketeers.com/tren-ritel-raksasa-masuk-ke-situs-marketplace/

www.markplusinc.com/ramadhan-marketing-safari/

www.tangandiatas.com/1-desember-2015-seminar-pemasaran-untuk-umkm-markplus-institute/

www.markplusinstitute.com

www.facebook.com/MarkPlusInstitute/

www.facebook.com/eliprasetiyamulya

www.twitter.com/eliprasmul

www.linkedin.com/company-beta/6643620

www.pmeli.ac.id/

www.facebook.com/PQMConsultants

www.twitter.com/PQMConsultants

www.linkedin.com/company-beta/744619

www.pqm.co.id