

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Agus Rahayu. (2008). *Strategi Pemasaran Model Untuk Keunggulan*. Bandung: RIZQI PRESS
- Cravens, David W. and Piercy, Nigel F.. (2009). *Strategic Marketing*. Mc Graw Hill.
- Bredley, Frank. (2003). *Strategic Marketing in The Customer Driven Organization*. England: WILEY
- Drummond, Graeme. John Ensor and Ruth Ashford. (2008). *Strategic Marketing. Planning and Control*. London: Elsevier
- Ismail Solihin. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga
- Farris, Paul W. (2008). *Metrik Pemasaran: 50+ Metrik Yang Harus Dipahami Eksekutif*. Jakarta: Akademia
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane.. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Wilson, Ricard M.S. and Gilligan, Collin. (2005). *Strategic Marketing Management. Planning, Implementation and Control*. London. Elsavier.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta

Sumber Tesis

- Andi Listyarso. (2005). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran dan Kinerja Perusahaan dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderating*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro
- Inggrit. (2003). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan*
- Moch Taufik Eko Susetyo. (2003). *Analisis Hubungan Kausalitas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.

Wulan Sari Astami, 2013

Analisis Pengukuran Kinerja Pemasaran Melalui Financial Metrics (Studi Kasus Untuk Produk CN-235 Pada PT Dirgantara Indonesia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Tri Yoga I. Wibowo. (2005). *Pengaruh Kemitraan dan Komunikasi Terhadap Efektifitas Saluran Distribusi Serta Dampaknya pada Kinerja Pemasaran*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro
- V. Tri. Wulandari. (2003). *Analisis Kinerja Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro

Sumber Jurnal

- Ambler, Tim., Kokkinaki, Flora and Puntoni, Stefano. (2006). *Assesing Marketing Performance: Reasons for Metrics Selection*. London Business School.
- Best, Roger J.. (2010). *Getting Started Using Marketing Metrics*.
- Hariowibowo, Muhamad Hazki dan Gambeta, Windy. (2012). *Perancangan Framework Sistem Pengukuran Kinerja Berdasarkan Integrasi BSC dengan PPMM*. *Jurnal Institut Teknologi Bandung*
- Haven, Brian. (2007). *Marketing's New Key Metric: Engagement*. Forrester Research.
- Lamest, Markus. *The Role of Marketing Metrics and Financial Metrics in Guiding Top-Level Management*. School of Business, Trinity College Dublin.
- Lubis, Arlina Nurbaity. (2004). *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*. Universitas Sumatera Utara.
- Patterson, Laura. 2007. *Taking on the Metrics Challenge*. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* Vol 15.
- Petersen, J. Andrew. (2009). *Choosing the Right Metrics to Maximize Profitability and Shareholder Value*. Kenan-Flager Business School. United States
- Rajagopal. 2008. *Measuring Brand Performance Trough Metrics Application*. *Measuring Business Excellence* Vol. 12. 1.
- Rust, Roland. T., Lemon, Katherine N and Zeithami, Valarie A. (2004). *Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy*.
- Situmorang, James. R. (2011). *Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan*. Universitas Katolik Parahyangan. 114-13

Wulan Sari Astami, 2013

Analisis Pengukuran Kinerja Pemasaran Melalui Financial Metrics (Studi Kasus Untuk Produk CN-235 Pada PT Dirgantara Indonesia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Smith, Shane. (2011). *Perceptions From Academia on Use of Current Marketing Metrics*. Kennesaw State University.

Solcansky, Marek., Sychrova, Lucie and Milichovsky, Frantisek. (2011). *Marketing Effectiveness by Way of Metrics*. Brno University of Technology. Czech Republic.

Turner, Roger et. Al. 2007. *Marketing Metrics, Innovation in Field Force Bonuses: Enhancing Motivation Through a Structured Process-based Approach*. International Journal of Medical Marketing Vol 7 No 2.

Uncles, Mark. 2005. *Marketing Metrics: A Can of Worms or the path to enlighment*. Journal of Brand Management, Vol 12 No 6.

Sumber Internet

www.aksesdunia.com

<http://www.marketingmetricssolutions.com/pdf/MMH%20>