

Kepemimpinan, (3) Kewirausahaan, (4) Pengembangan Jaringan Kemitraan, (5) Keahlian Manajemen, (6) Kemahiran memanfaatkan Teknologi Informasi, dan (7) Kemahiran berbahasa asing. Dengan harapan kedua *values driven approach* ini menjadi *competitive advantage* UAI.

Saran

Saran Akademis: Dari hasil penelitian ini disarankan pada UAI untuk mengembangkan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan **manajemen pemasaran perguruan tinggi dengan pendekatan *values* yang lebih elaboratif** misalnya menggunakan metode campuran (*mixed methods*) agar penjelasan yang didapat lebih lengkap dan tidak terpotong. Karena riset tersebut sangat penting dilakukan dalam manajemen pemasaran dalam memenuhi kebutuhan publik.

Daftar Pustaka

- Baxter, Leslie A., & Babbie, Earl. (2004). *The Basics of Communication Research*. Belmont, California: Thomson Wadsworth.
- Clow, Kenner E dan Donald Baack. (2007). *Integrated Advertising, Promotions, dan Marketing Communications*. New Jersey: Printice Hall.
- Creswell, John W. (1994). *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, CA.: SAGE Publications.
- Creswell, John W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 3rd Edition. Thousand Oaks, CA.: SAGE Publications.
- Hennink, Monique., Hutter, Inge dan Bailey, Ajay., (2011). *Qualitative Research Methods*. Los Angeles: Sage Publication.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen: Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Irianto, Yoyon Bahtiar. (2002): *Pemasaran Pendidikan*. Modul UPI-Bandung.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I (2010). *Marketing 3.0: From Product to Customer The Human Spirit*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Keller. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran-Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, YI. (2009). *Komunikasi Bisnis Membangun Hubungan Baik dan Kredibilitas*. Bogor: IPB Press.
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Cetakan kedua puluhenam. Bandung: Rosda
- Muhaimin. (2012). *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Schultz, D.E. and Schultz, H.F. (2004), *IMC the next generation: five steps for delivering value and measuring returns using marketing communication*, McGraw-Hill.
- Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tim Penyusun Beasiswa UAI (2015). *Beasiswa Korporat Nusantara*. Jakarta: UAI Press.
- Tim Penyusun UAI. (2014). *Innovation For Excellence 14th*. Jakarta: UAI Press.
- Zuhail. (2008). *Kekuatan Daya Saing Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Zuhail. (2010). *Knowledge and Innovation*. Jakarta: Gramedia.

Terimakasih Penulis sampaikan kepada LP2M yang telah mensupport dalam penelitian, penulisan dan keikutsertaan penulis dalam ICCIC 2016 – Bali.

Biografi Penulis

M. Ghozali Moenawar, lahir di Lamongan, Jawa Timur, tanggal, 12 Oktober 1968. Alumni Jurusan Aqidah & Filsafat, Universitas Al-Azhar, Cairo, Egypt. Mengawali karir sebagai Head Administration Affairs & Communication pada IIFTIHAR sejak tahun 1998. Fellowship The Habibie Center, 2005-2010. Menamatkan S2 (MM in Communication) Universitas Trisakti, Sejak tahun 2012 sebagai Dosen Tetap Ilmu Komunikasi, Universitas Al Azhar Indonesia.

Muchammad Nasucha. Lahir di Jakarta, 20 Mei 1978. Alumni Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah Jakarta (Sarjana Bahasa & Sastra Arab, 1998-2003) dan Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia (Magister Ilmu Komunikasi, 2003-2005). Dosen tetap di UAI dan juga pernah mengajar di UIN Syarifhidayatullah Jakarta dan beberapa universitas swasta di Jakarta.