

DAFTAR PUSTAKA

- Dash, Ganesh. (2010). *A Buyer vs Seller Perspective of 7P's In Post Liberalitation Indian Life Insurance Sector*. School of Business and Management, Jaipur National University, Rajasthan (India) -302025.
- Djoni. (2012). *Marketing Mix Effect On Customer Satisfaction*. STPT
- Elliria, Chainar. (2015). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Membeli Jasa Asuransi Axa Kantor Agensi Medan*
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principle of Marketing 14 edition*. New Jersey : Pearson.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin. (2012). *Marketing Management 14 edition*. New jersey : Pearson.
- Kristanto, Octo budhi. (2013). *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Axa Mandiri di Klaten*
- Kusdian, Marini. (2011). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Menggunakan Telkom Speedy Di Kota Bandung*.
- Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen. (2007). *Service Marketing People, Technology, Strategy Sixth Edition*. Singapura : Pearson Prentice Hall.
- Martin Diane, (2009). *The Entrepreneurial Marketing Mix. An International Journal*.
- Maryana, Rany. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membeli Polis Asuransi Pada PT. Axa Financial Indonesia di Bandarlampung*
- Meipuri, Bela. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Prudential Assurance Account Unit Link DI Karawang*.
- Muthukumar. (2014). *Marketing Mix Of Life Insurance Companies In Thrissur District –A Study*
- Mustafidah, Taniredja, (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung : Alfabeta.
- Rezeki, Sri. (2004). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) IBBI Medan*.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.

Salim, Leonardo I. P. (2012). Analisis FaktorFaktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Asuransi (Studi Kasus Produk Prudential Assurance Account Unit Link pada PT.Prudential Life Assurance area Makassar.

[Online] <http://ekbis.sindonews.com/read/754322/34> [diakses tanggal 8 july 2015]

[Online] <http://www.beritasatu.com/asuransi/97538-20-perusahaan-asuransi-terbaik-2012.html> [diakses tanggal 8 july 2015]

[Online] <http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-tujuan-dan-premi-asuransi.html> [diakses tanggal 18 agustus 2015]

[Online] <http://accounting-media.blogspot.com/2015/05/pengertian-risiko-menurut-para-ahli.html> [diakses tanggal 18 Agustus 2015]

[Online] digilib.mercubuana.ac.id/manager/file.../Isi_cover_244657859412.pdf [diakses tanggal 27 Agustus 2015]

[Online] <http://appda.blogspot.com/2015/03/analisis-pengaruh-bauran-pemasaran.html> [diakses tanggal 3 September 2015]

[Online] digilib.unila.ac.id/8189/1/ABSTRAK.pdf [diakses tanggal 3 september 2015 jam]