

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, et al. (2011). Dasar - Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian. (cetakan pertama). Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Arman, Andri (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV. Sinar Utama Cabang Antasari di Samarinda. E- Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis , 3(3), 625-637, ISSN 2355-5408.
- Bagus,Dewa Nugraha dan A.A. GD Agung Artha Kusuma . (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo *Smartphone*. E-Jurnal Manajemen Unud, 4(12), ISSN 4160-4185
- Buchory, Achmad, Saladin dan Djaslim. (2010). Manajemen Pemasaran : Edisi.Pertama. Bandung: Linda Karya.
- Ghozali, Imam (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Indrawati, 2015. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Irfan Syed Shafi (2013). An Empirical Study On Impact Of Promotional Mix Elements On Brand Equity : A Study OFFMCG In India. Journal from the Department of Commerce, 1(2), 46-56, ISSN 2320-5857
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2012). Principles Of Marketing (14thEd.). United States of America: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2014). Principles Of Marketing (15thEd.). United States of America: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. (2012). Marketing Manajemen. Edisi 14. Global Edition Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2013). *Marketing Management*. Global Edition Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Global Edition Pearson Prentice Hall.

Lee, Monle dan Carla Johnson. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Persepektif Global*. Jakarta: Kencana.

Lontoh, Michael N (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendeand . *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).

Marleen, Grace Warliki, Lisbeth Mananeke dan Hendra Tawas (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Taman Sari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*, 3(), 1073-1085, ISSN 2303-1174

Morisson. M. A. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasar Terpadu*. Jakarta : Kencana

Mulyatiningsih, Endang (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.

Ni, Putu Wistya Sari dan I Gst Agung Ketut Sri Ardani (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Oles Bokashi. *E- Jurnal Manajemen Unud* , 4(5), 1271-1282, ISSN 2302-8912.

Nour, Mahmud I, Mohammad Salamh Almahirah and Sultan Freihat (2014). The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions. *Journal International Business and Management*, 8(2), 143-151, ISSN 1923-8428.

Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. (2011), *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*, Bandung, Alfabeta.

Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011) *SPSS vs Lisler*. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2010), Research Methods for Business,
Chichester, John Wiley & Sons Ltd.

Soegoto, Eddy Soeryanto. (2010). Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung.
Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian pendidikan (Pendekatan kualitatif, kuantitatif
dan R&D), Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Manajemen, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan 16. Bandung: Alfabeta

Sunday, Adebisi (2011). Strategic Influence Of Promotional Mix On Organisation
Sale Turnover In The Face Of Strong Competitors. Business Intelligent Journal,
4(2), 343-350.

Sunjoyo, Rony Setiawan, dkk. (2013). Aplikasi SPSS untuk SMART Riset.
Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, (2009). Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, MedPress, Yogyakarta.

Sunyoto, (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : CAPS

Sunyoto. (2013). Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen.
Yogyakarta: CAPS

Zikmund, William G. (2010). Business Research Methods. Australia: South-
Western Cengage Learning.

<http://repository.upi.edu>

www.bi.go.id

www.darahkubiru.com

www.eprints.undip.ac.id

www.pmpdenim.com

www.koran-sindo.com

www.statista.com

www.wearesocial.com