

Daftar Pustaka

Daftar Pustaka Buku :

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung :PT. Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program*. Semarang.Badan Penernit Universitas Diponegoro
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. Bandung. PT. Refika Aditama
- Kotler, P. dan Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management 14 edition*. New Jersey : Pearson.
- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung. Alfabeta
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Sarwono, Jonathan. (2011). *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sutojo, Siswanto (2010). *Manajemen Pemasaran Untuk Eksekutif Non-Pemasaran*. Jakarta : PT.Damar Mulia Pustaka.

Daftar Pustaka Jurnal :

- Abdulllah, Jamil, 2016. *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions*. University of Salahaddin. Iraq. Volume 02 . Issue 1. <http://edupediapublications.org/journals/index.php/jsMap/>.Retrive 18 January 2017.
- Arman, Andi, 2015. *Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV.Sinar Utama Cabang Antasari Di Samarinda*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis. Volume 3 no.03. ISSN 2355-5408.
- Chandra, Gunawan, 2014. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Original Jersey Persib Bandung*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Familmaleki, Aghigi, dan Hamidi, 2015. *Analyizing The Impact of Promotion Mix on Consumers Purchase Decision*. Advanced Social Humanitiesand Management. Volume 2 (1) 2015:7281.
- Gunasekharan, Basha Suraj,dan Lakhsamana B.C. 2015. *A Study Impact of Promotional Mix Elements Advertising,Personal selling & Public Relation of DTH Manufacturers on Customer Behaviour*. International Journal of Arts, Humanities, and Management Studies. ISSN NO.2395-0692
- Khanfar, Iyad,2016. *The Effect of Promotion Mix Elements on Consumers Buying Decision of Mobile Service : The Case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa City – Jordan*. European Journal of Bussiness and Management. ISSN 2222-2839. Volume 8, No.5
- Lontoh, Michael, 2016. *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasrat Abadi Manado Cabang Tendeand*. Universitas Sam Ratulangi. Manado. Volume 16 No.01.
- Nirmala, cecilian dan Mahmud. *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mazda (Studi Pada PT.Automobil Jaya Abadi Semarang)*

Daftar Pustaka Website :

- Anonimus.(2016).*Industri Kreatif sumbang Rp 642 Triliun dari Total PDB RI*. Berasal dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/03/02/090750007/industri-kreatif-sumbang-rp-642-triliun-dari-total-pdb-ri> . Diakses tanggal 23 Januari 2017, Jam 18.00
- Asep.(2014). *10 Brand Indonesia yang Mendunia*. Berasal dari <http://www.4muda.com/10-brand-nasional-paling-bernilai-dan-populer-di-indonesia/>. Diakses tanggal 19 Januari 2017, jam 18.00
- Bareksa.(2016).*Seberapa Besar Industri Kreatif Dorong Ekonomi Indonesia*. Berasal dari <http://www.bareksa.com/id/text/2016/02/23/di-era-digital-seberapa-besar-industri-kreatif-dorong-ekonomi-indonesia/12785/news>. Diakses tanggal 22 Januari 2017, Jam 21.00
- Badan Pusat Statistik. *Perkembangan Industri Kreatif Indonesia*. Berasal dari <http://www.bps.go.id>. Diakses tanggal 22 Januari 2017, Jam 22.00
- Hartono.(2016).*Industri Kreatif Tumbuh 7% Per Tahun*. Berasal dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/12797/>. Diakses tanggal 04 Januari 2017, jam 20.00
- Kunti (2015). *Ekonomi Berbasis Kreativitas dan Inovasi Sebagai Kekuatan Baru Ekonomi Indonesia*. Berasal dari <https://www.ekon.go.id/berita/view/ekonomi-berbasis-kreativitas.1659.html> Diakses tanggal 7 Februari 2017, Jam 20.00