

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdurrahman, Herdiana Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia
- Ambadar, Jackie, dan Miranty Abidin. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri
- Atmaja, Lukas. 2011. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI
- Buchory, Achmad Herry & Saladin Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Durianto, Darmadi. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Sugiarto & Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- _____.2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lancaster, Geoff & Paul Reynolds. 2012. *Management of Marketing*. Elsevier Butterworth-Heinemann
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan, & Kuncoro. 2011. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- S.A, Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Banyumedia
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta

_____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: Buku Seru

Suryadi, Didih. 2011. *Promosi Efektif*. Jakarta: Suka Buku

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI

Skripsi:

Asry Wahana. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Brand Image Dalam Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha Pada PT. Megatama Motor di Makassar*. Sumber: <http://repository.unhas.ac.id>

Demita Naibaho. 2016. *Pengaruh Bauran Promosi dan Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sereal Energen di Kota Bandung*. Sumber: <http://repository.widyatama.ac.id/>

Horja Raja Sitorus Pane. 2010. *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness) Tabungan Britama PT. BRI (Persero) Tbk. Kantor Cabang di Tebing Tinggi*. Sumber: <http://repository.usu.ac.id>

Revinda Ayu Rahmania. 2015. *Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada Event Indonesia Fashion Week 2015*. Sumber: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>

Sofiah Dessey. 2008. *Analisis Pengaruh Promotion Mix dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Central Asia*. Sumber: <http://repository.uinjkt.ac.id/>

Jurnal Nasional:

Abib Effendi. 2012. *Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Konsumen Dalam Pembelian Produk Di PT. Bintang Motor Honda Surakarta*. Sumber: <http://eprints.ums.ac.id>

Lisa Yuvita Novaria, Edy Wahyudi, Yuslinda Dwi Handini. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Wilis Putra Utama Banyuwangi*. Sumber: <http://repository.unej.ac.id>

- Mohammad Pambudi Ary Wicaksono. 2016. *Pengaruh Iklan dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*. Sumber: <http://ojs.unud.ac.id>
- Murry Harmawan Saputra, Eka Wulandari. 2016. *Analisis Pengaruh Promotional Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Ringan Berkarbonasi Merek Coca-Cola*. Sumber: <http://ejournal.umpwr.ac.id>
- Zaharatul Miladiah, Aida Nursanti, Teungku Firli Musfar. 2013. *Peran Promotional Mix Dalam Membentuk Brand Image Produk City Car di Kota Pekanbaru (Studi Kasus pada Nissan March)*. Sumber: <http://jom.unri.ac.id>

Jurnal Internasional:

- Hamidreza Salmani Mojaveri, Amin Allahbakhsh, Mostafa Salmani Mojaveri. 2014. *Review and Explain the Impact of Promotion Elements on Brand Equity (Case Study: Samsung Brand)*. Sumber: <http://ojs.excelingtech.co.uk/>
- Ibojo Bolanle Odunlami dan Temitope Emmanuel Akinruwa. 2014. *Effect of Promotion on Product Awareness*. Sumber: <http://ijern.com>
- Isaac Oladepo Onigbinde dan Samuel Abimbola Odunlami. 2015. *The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision – A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria*. Sumber: <http://eajournals.org/>
- Johnson Charanah dan Reuben Kinyuru Njuguna. 2015. *The Effect of Promotional Mix Tools on Brand Equity Among Hospitals in Nairobi County*. Sumber: <http://ir-library.ku.ac.ke/>
- M. Karunanithy, S. Sivesan. 2013. *An Empirical Study on the Promotional Mix and Brand Equity: Mobile Service Providers*. Sumber: <http://iiste.org/>

Dokumen:

- Marketing Universitas Telkom 2016
- Dinas Pendidikan Kota Bandung bagian PSMAK 2016

Website:

<http://kelembagaan.ristekdikti.go.id>

<http://telkomuniversity.ac.id/article/tel-u-raih-tiga-penghargaan-school-of-communication-and-management-award-mi>

<http://smb.telkomuniversity.ac.id/>

<http://www.pikiran-rakyat.com/pendidikan/2017/01/22/telkom-university-raih-akreditasi-391406/>

<http://www.ban-pt-universitas.co>