

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, (1999), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.
- Basu Swastha DH., (2000), *Asas-asas Marketing, Edisi III*, Yogyakarta : Liberty.
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo, (1993), *Statistik Induktif*, Edisi 4, Yogyakarta : BPF.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Haryono Subiyakto, (1995), *Statistik (Inferen) Untuk Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Penerbit STIE YKPN.
- Indriyono Gitosudarmo, (1995), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPF.
- Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi Keenam, Jakarta : Erlangga.
- Radiosunu, (2001), *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, Edisi Kedua, Yogyakarta : BPF.
- Sofyan Assauri, (1998), *Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta Utara : CV. Rajawali.
- Suratmi, (2006), “*Pengaruh Variabel-Variabel Promotional Mix Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan UD. Cahaya Sejahtera*”. Skripsi.
- Tjiptono Fandy, (1995), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset.

William J. Stanton, (1996), *Prinsip Pemasaran I*, Edisi Ketujuh, Jakarta : Erlangga.

Wiyadi, Mulyadi, Diah Murdianti, (1995), *Manajemen Pemasaran I*, Edisi Revisi,  
Surakarta : FE UMS.

Wuryanto, (2003), “*Pengaruh Variabel-Variabel Promotional Mix Terhadap volume Penjualan Pada PT. Purnama Jaya di Bogor*”. Skripsi.