

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, DH dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi: Yogyakarta.
- Kertajaya, Hermawan. 2002. *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Edisi Soft Cover. Bandung : Mizan Media Utama.
- Fandi Tjiptono. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi IX*. Jakarta: PT. Indeks.
- Basu Swastha, DH dan T. Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Jakarta: Liberty.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga edisi Ketigabelas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, Fitria. 2010. *Pengaruh Harga, Atribut Produk dan promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Telepon Seluler Sony Ericson (Studi Kasus di Kabupaten Temanggung)*. Temanggung.
- Wibowo, Tri dan Purwantini, Sri. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi Kasus pada PT. Nasmoco Gombel Semarang)*. Semarang.
- Sulistyawati , Praba. 2011. *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang*. Semarang.
- Pratama, Aji P.2012. *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Jupiter All Variant pada Yamaha Mataram Sakti Cabang Soegiyopranoto Semarang*. Semarang.

Satya, Prima A. 2012. *Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Toko Buku Gramedia di Kota Semarang*. Semarang.

Marliah, Siti. 2009. *Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengguna Kartu prabayar IM3 di Galeri Indosat Cabang Malang*. Malang.

Frendy Prasetya, Frendy. 2011. *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang*. Semarang.