

DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo, 2011, *Statistik Induktif*, Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Endang Tjahjaningsih, 2010, Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank.
- Irawan, Faried Wijaya M, M. N Sudjani, 2006, *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.
- Iyad A.Khanfar (2016), The Effect of Promotion Mix Elements on Consumers Buying Decisions of Mobile Service: The case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa city- Jordan, *European Journal of Business and Management*, ISSN 2222-1905, Vol.8, No.5.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mahsa Familmaleki dkk, 2015, Analyzing The Impact Of Promotion Mix On Consumer's Purchase Decision, *Advanced Social Humanities and Management*, 2(1), 72-81.
- Nurgiantoro, Burhan dkk, 2011, *Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Philip Kottler, 1990, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan Hendrat Teguh dan Ronny A. Rusli, Erlangga, Jakarta.
- Radasunu, 2007, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi Keenam, Erlangga, Jakarta.
- Sofyan Assuari, 1998, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi Kedua, Rajawali, Jakarta.
- Sudjana, 1981, *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga*, Edisi Baru, Tarsito, Bandung.
- Suharsimi Arikunto, 2011, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Supriyono, 2011, *Akuntansi Manajemen I Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*, Edisi I, BPFE, Yogyakarta.

- Swastha, Swastha dan Irawan, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi : II, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu, 2007, *Azas-azas Marketing*, Edisi : II, Liberty, Yogyakarta.
- Vebriina Putri Risman (2013) judul Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa PT. Garam (Persero) Di Kota Padang, *Jurnal Ekonomi*, Universitas Negeri Padang.
- William J. Stanton, 2007, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke-3, Erlangga, Jakarta.
- Windusara dan Kusuma, 2015, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 12, 2015: 4160 - 4185 ISSN : 2302-8912.
- Irawan dan Faried. 2008. *Pemasaran Prinsip dan Kasus Edisi kedua*. BPF. Yogyakarta.