

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Hasiolan, L. B., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Journal of Management*, 2(2).
- Angipora, Marisu P. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Ke-2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. 2009, Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, R., Silalahi, R. L. R., & Wijaya, G. D. P. (2015). *Marketing Strategy Based on Marketing Mix Influence on Purchasing Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia. Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 67–71.
- J. Supranto. 2000. "Statistik Teori dan Aplikasi". Jilid 1 edisi ke 6. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin, Lane Keller. 2008. "Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lembang, Rosvita Dua. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro. Diponegoro Journal Of Management. Vol.1, No.1, Hal 61-77.
- Malholtra. K. Naresh. 2005. Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. Edisi 4. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Emba*, 1(4), 95–104.
- Nies, S., Leeflang, P. S. H., Bijmolt, T. H. A., & Natter, M. (2017). *Multi-Unit Price Promotions and Their Impact on Sales Multi-Unit Price Promotions and Their Impact on Sales. In European Journal of Marketing* (Vol. 5).
- Nusran, M., Basri, M., Lamatinulu, & Paris, A. Y. (2018). *Analysis of Marketing Mix on the Decision of the Purchasing of Toyota Kijang Innova Car Using Method of Structural Equation Modeling (SEM). IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 175(1), 0–13.
- Pengertian Promosi, <https://www.maxmanroe.com/pengertian-promosi.html>. Diakses tanggal 25 Maret 2019.

Rosa Rachmaningrum. 2011. Analisis Pengaruh Produk, Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi kasus pada konsumen motor Honda beat). Thesis : FE. Diponegoro.

Stanto, William J. 2006. Dasar-dasar Manajemen. Jakarta : Mandar Maju.

Weenas, J. R. S., Produk, K., Produk, K., Dan, P., Pelayanan, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comporta. Jurnal EMBA, 1(4), 607–618.