

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David (1996), *Building Strong Brands*, New York: The Free Press.
- Cravens, David W. (2013). *Strategic marketing* 10th ed. 658.802 C898 2013.
- Djoyohadikusumo Soemitro. *Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. LP3ES. Jakarta.
- Durianto, Darmadi. 2001. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Huang, Wei and Laetitia Radder. 2008. High Involvement and Low Involvement Products A Comparison of Brand Awareness Among Student at A South African University. South Africa.
- Keller, K.L. (2008) Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1287/mksc.57.1.1>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Keduabelas. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid Pertama. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Keduabelas. Indeks. Jakarta.
- Kotler. 2001. Pengertian Harga. Dalam <http://wikimedia.blogspot.com/2009/11/pengertian-harga-price.html>, Diakses tanggal 9 Mei 2013.
- Kotler & Armstrong 2004; pp. 660. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Indeks. Jakarta.
- Mohamad, F. R. (2014). Strategi promosi stick jagung sebagai oleh-oleh khas daerah dalam menunjang kepariwisataan Gorontalo. *Jurnal Thesis*, Universitas Negeri Gorontalo, 1-36.
- Nugroho, Setiadi. 2008. Perilaku Konsumen. Cetakan Ketiga. Kencana. Jakarta.

- Prasanth, M. V., & Jeevanandham, P. (2014). Effect of promotional mix on consumer socio-economic values for select non-durable goods. *International Multidisciplinary Research Journal*, 4(4), 1-6.
- Sangadji, Etta M dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi Yogyakarta. Hal 206-207.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sukirno, Sadono ,2000. *Mikro Ekonomi Modern : Perkembangan Pemikiran dari Klasik sampai Keynesian Baru, edisi 1*, PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Sukhmani, Gupta, S., & Kalra, S. N. (2012). Role of promotion mix in mounting the sales of various FMCG companies in rural markets. *International Journal of Marketing, Financial Services and Management Research*, 1(3), 31-37.
- Tan, Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa. Edisi 1*. Indeks. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga*. Andi. Yog