

DAFTAR PUSTAKA

- Augustine, Y., & Kristaung, R. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Baraba, R., Saputra, M. H., & Wulandari, E. (2016). Analisis Pengaruh Promotion Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Ringan Berkarbonasi Merek Coca-Cola. *Segmen-Manajemen*, Vol. 12, No. 1.
- Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Christensen, L. B., Johnson, R., B., & Turner, L., A. (2011). *Research Methodology, Design, and Analysis: International Edition, 11/E*. New Jersey: Pearson.
- Constantine, M. D., Suryadi, I., & Yaningwati, F. (2016). Upaya Peningkatan Penjualan melalui Bauran Promosi pada PT. Sumber Cipta (Djarum) DSO Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 36, No. 1.
- Dahwilani, D. M. (2016, Januari 16). *Autotekno*. Retrieved September 03, 2016, from sindonews.com:
<http://autotekno.sindonews.com/read/1077523/121/penjualan-motor-di-indonesia-20150merosot-1-38-juta-unit-1452876747>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Khanfar, I. A. (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 Jurnal of Business and Management*, Vol. 8, No. 5.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Global Edition 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing 15Eth*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. P. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Jakarta: Erlangga.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nababan, T. S. (2014). Building a Sustainable Entrepreneurship in Increasing Global Competitiveness. *MPRA Paper*, No. 65292.
- Purwoastuti, E., & Walyani, E. S. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Ridwan & Sunarto. H. (2013). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Risman, V. P. (2013). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa PT. Garam di Kota Padang. *Jurnal Management*, Vol. 2, No. 1.
- Sangaji, M, E., & Sopiah . (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, U. (2012). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Setyawan, T., Muslihat, A., & Hersoni, H. S. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap keputusan Pembelian Jasa di lembaga Pendidikan Speaking Karawang. *Jurnal management*, Vol.10, No. 3.
- Shallu & Gupta, S. (2013). Impact of Promotional Activities on Consumer Buying Behavior: A Study of Cosmetic Industry. *International Journal of Commerce, Business and Management*, Vol. 2, No. 6.
- Siregar. S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sualang, F. D. (2015). The Influence Analysis of Integrated Marketing Communication Mix on Comsumer Purchasing Decision- Study Case of PT.Multi Citra Abadi. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 15, No. 05.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tristantin & Suwandi. (2013). Pengaruh Promotion Mix terhadap Minat Beli Konsumen di Family Fun Karaoke Keluarga. *Jurnal Perhotelan*, Hal. 419-429.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Vellayati, T. A., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 1, 1-9.
- Wahyudi, S. (2012). *Entrepreneur Branding and Selling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulianto, Y. C., Minarsih, M. M., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Product Quality dan Promotion Mix terhadap Repurchase Intention atas Produk Kaca Dark Grey pada PT. Real Glas Semarang. *Journal of Management*, Vol. 1, No. 1.

