

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N., Warso, M. M., & hasiolan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Ssepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Jurnal Manajemen* , 1-17.
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan 5*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. 1-12.
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Buchari, & Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Cannon, P. j., Jr, W. D., & Mc.Carthy, J. (2008). *Pemasaran Dasar-pendekatan manajemen global*. Jakarta: Salemba empat.
- Darmadi, D. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Penjualan (Studi Kasus PT. Astra Internasional Tbk-TSO Cabang Soetoyo Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-8.
- Heryanto, I. (2015). Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* , 1-22.
- Kotler, & Amstrong. (2011). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Mahasiswa

- Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 1-8.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Wacana Media.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra*. Jakarta: Wacana Media.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Wacana Media.
- Muhardi, P. D. (2011). *Manajemen Operasional: Suatu pendekatan kuantitatif untuk pengambilan keputusan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mursid. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 1-30.
- Samosir, C. B., & K, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* , 1-13.
- Sari, R. L., L.Mandey, S., & Soegoto, A. S. (2014). Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada PT. Pegadaian (Perser) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA* , 1-11.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. . (2010). *Customer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Setiawati, M., & Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato yang Dimediasi oleh *Brand Awareness*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1-8.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, U. (2007). *"Integrated Marketing Communication"*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Center).
- Sunyoto, & Danang. (2015). *Manajemen dan Pengembang Sumber Daya Manusia (cetakan pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi ke 2*. Yogyakarta: Andi.
- Wongkar, I., & Soegoto, A. S. (2015). Stratgi Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Sirkulasi Surat Kabar Manado Post. *Jurnal EMBA* , 1-12.

