

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina M. Kaeng, L. M. & B. L. (2014). Bauran Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi. *Jurnal EMBA*, 2 (3), 1077–1088.
- Amstong, P. K. & G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ari Setyaningrum, J. U. & E. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 2015: CV Andi Offset.
- Arman, A. (2015). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha pada CV. Sinar Utama Cabang Antasari di Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3 (3), 625–637.
- Febryan Sandy, Z. A. & F. Y. (2014). Pengaruhnya Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9 (2), 1–10.
- Grace Marleen Wariki, L. M. & H. T. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*, 3 (2), 1073–1085.
- Hizkia B. Anis, S. L. H. . J. L. & P. A. M. (2014). Atribut Produk dan Bauran Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*, 2 (1), 254–263.
- Ikhsan, R. L. & R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kansa Khairunissa, S. & E. Y. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa BINUS University yang menggunakan jasa Go-jek di Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46 (2), 37–42.
- Kusuma, D. B. N. W. & A. A. G. A. A. (2015). Pengaruh Bauran Promosi. *Jurnal Manajemen Unud*, 4 (12), 4160–4185.
- Lontoh, M. N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (01), 515–525.

- Mahmud I. Nour, D. (2014). Dampak Promosi Mix Elemen di Konsumen Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Internasional*, 8 (2), 143–151.
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta Media Creative.
- Oei, I. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Priansa, D. J. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soemanagara. (2016). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. 2016: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Wulandari, K. M. F. & A. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza di Auto Cabang Cibiru Bandung 2017, 3 (2), 585–592.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group.