# **Daftar Pustaka**

Danang Sunyoto. 2013. Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan

Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu .

Djaslim, Saladin. 2007. Intisari Pemasaran dan Unsur – unsur Pemasaran.

Bandung: CV Linda Karya.

Djaslim, Saladin. 2005. Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik.

Bandung: Agung Ilmu.

Philip, Kotler dan Kevin Lane, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga

Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Philip, Kotler dan Kevin Lane, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga

Belas, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta.

Topaz. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Pada Kedai Kopi Anjis Bandung. Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis. Bandung : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Universitas Pasundan

http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/50663/4/Chapter%20II.pdf.

Diakses 11 November 2016.

http://www.kajianpustaka.com/2014/03/keputusan-pembelian.html.“Keputusan

Pembelian”. Diakses 19 November 2016.

http://www.kajianpustaka.com/2013/11/manajemen-dan-konsep

pemasaran.html.”Manajemen dan Konsep Pemasaran”. Diakses 19 November 2016.

http://www.kajianpustaka.com/2013/09/pengertian-klasifikasi-dan-tingkatan.html.

”Pengertian, Klasifikasi, dan Tingkatan Produk”. Diakses 19 November 2016.

http://www.kajianpustaka.com/2013/06/pengertian-dan-variabel-bauran-pemasaran.html.

”Pengertian dan Variabel Bauran Pemasaran”. Diakses 19 November 2016.

http://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-peranan-dan-tujuan-

penetapan-harga.html.”Pengertian, Peranan, dan Tujuan Penetapan Harga”. Diakses 19 November 2016.

http://manajemenpemasaran2.blogspot.co.id/2013/03/manajemen-pemasaran-

pengertian.html.”Manajemen Pemasaran”. Diakses 19 November 2016