**DAFTAR PUSTAKA**

**Sumber Buku:**

Holis, M. Nur. 2014. *Strategi Pemasaran*. Jakarta. Angkasa

Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran,* jilid 1, Edisi kesebelas, Jakarta, PT. Indeks Gramedia.

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 12. Jakarta. Erlangga

Basu Swastha, 2010. *Manajemen Penjualan*; Yogyakarta: BPFE

Tciptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian.* Bandung. Alfabeta

Suharsimi, Arikunto. 1998. *Prosedur Penelitian.* Jakarta. PT. Rineka Cipta

Umar, Husein. 2003. *Metodologi Penelitian.* Jakarta. PT. Gramedia Pustaka

**Sumber Internet:**

groeduacadmy.com/artikel/strategi-promosi (diunduh, 7 November 2017)

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/pemasaran> (diunduh, 6 November 2017)

<https://majidbsz.wordpress.com.pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli> (diunduh, 6 November 2017)

[www.ilmu-ekonomi-id.com/2016](http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016) promosi (diunduh, 7 November 2017)

**Philip Kotler (2006;639)**

**Menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014:246),**

**Basu Swastha** dalam bukunya Manajemen Penjualan **(2011:404)**

**Kotler dan Keller (2011:5)** dalam buku Marketing Management edisi 13 Menurut **Philip Kotler (2012:101**

**Philip Kotler (2011:181)**

**Menurut Kotler dan Makens (2014:74),**

Menurut **Cannon, Perreault, dan McCarthy (2009:77)** promosi bertujuan untuk A.I.D.A, yakni:

**Fandy Tjiptono (2005:226)**

menurut **Kotler & Keller** yang dialih bahasakan oleh **Benyamin** **Molan (2007:244)**

**Kotler (2012:14)**

**Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2014: 362)**

**Menurut Lupiyoadi (2013 : 178)** adalah :

**Kotler (2012:14)**

**Basu swatha (2008:359)**

**Basu Swasta** dan **Irawan (2008:406)**