# DAFTAR PUSTAKA

**Buku:**

Ari, Jusuf & Efendi. (2015). Prinsip- Prinsip Pemasaran.Yogyakarta: Andi.

Assauri, Sotjan. 2015. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

Basu Swastha Dharmmesta. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.

Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.

Ismail Solihin, Manajemen Strategik, Bandung: Erlangga, (2012).

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2018). Principle of Marketing, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.

Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama.

Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. (2016). Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga

Lupiyoadi, Rambat. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.

Malau, Herman. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era Modernisasi global. Bandung: Alfabeta.

Manaf, Abdul. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran Edisi 1. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Swastha dan Irawan. (2013). Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.

Sunyoto, Danang. (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

**Jurnal dan Skripsi:**

Abdul Manap. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.

Anggriani, Nok Leni., dan Hamali, Yusuf. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada PT Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA) ISSN: E-ISSN: 2614-851X, Vol 3, No 1 Juni.

Aminudin, Lucky. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmospher terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Mas Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisisensi Vol 15, No 5 2015 Universitas Sam Ratulangi Manado.

Achidah, Nur., Warso, M Mukery., dan Hasiolan, Leonardo Budi. (2016). Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). Journal of Management Vol. 2 No. 2.

Cahya, Yudha Dwi. (2017). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Be Happy Pare Kabupaten Kediri. Simki-Economic Vol. 01 No. 10.

Denny Kristian, dan Rita Widayanti (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Univertsitas Kristen Krida Wacana. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 16, No. 1.

Familmaleki, Mahsa. (2015). Analisis Pengaruh Promosi Pada Keputusan Pembelian Produk Samyang. Jurnal Ekonomi Internasional dan Ilmu ManagemenVol.4 No.4.

Hidaya, Ahmad Dwi Sakti., dan Lubis, Dewi Shinta Wulandari. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. Civitas: Jurnal Studi Manajemen Vol. 1, No. 1, pp. 1-7, Juli 2019, e-ISSN 2685-631X.

Mudaliar, A. L., & Chava, M. (2018). *A Study of the Novel Innovation: "Social Media" - As a Form of Advertising in the Framework of Digital Marketing. International Conference 2018 Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Function (pp. 14-22). Nagpur: Tripude Institute of Management.*

Manampiring, et. all., Juni (2016). “Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri Tbk. Manado”, Jurnal EMBA. Vol. 4 No. 2.

Onigbinde Isaac Oladepo (Ph.D.) & Odunlami Samuel Abimbola (M.Sc.) (2015). *The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A Study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria. British Journal of Marketing Studies Vol.3, No.4,pp.97-109.*

Permana, Dony Indra. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt.Piji Di Jawa Timur. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April 2017.

Rahmattia, Deninna., dan Rinawati, Rini. (2018). Pengaruh Promosi terhadap KeputusanPembelian Produk Warung Salse. Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi, ISSN: 2460-6537.

Sholihat, Apriwati. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Krema Café. JOM FISIP Vol. 5.

Walintukan, Cynthia., Alfa, Willem J.F. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Bellagio Di Manado. Jurnal EMB, riset ekonomi, dan akuntansi. Vol 03, No.3.