

DaftarPustaka

- Arikunto, Suharsimi.(1995). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.Jakarta: RinekaCipta.
- Buchory, Achmad Herry & Saladin, Djaslim.(2010).*Manajemen Pemasaran: Edisi.Pertama*.Bandung:Linda Karya.
- Creswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (1st)*. Celeban Timur,Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dona, Erika.(2013).*Pengaruh Elemen Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Upfashion Line Online shop Tahun2012*. Skripsi pada FEB Universitas Telkom Bandung: Tidak diterbitkan.
- Gani, Rafsanjani. (2007). *Pengaruh Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (suatu survey terhadap produk Coca Cola Company di Area Tasikmalaya)*. Skripsi pada FEB Universitas Telkom Bandung: Tidak diterbitkan.
- Ghozali, Imam. (2011).*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang :Universitas Diponegoro.
- Hersona, Sonny. Muslihat, Asep&Setyawan, Tony.(2013). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Di Lembaga Pendidikan Speaking Karawang*.Jurnal manajemen.vol 10, no 3. April 2013.1149-1159.
- Husein, Umar. (2010). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.Jakarta: PT. Gramedia Building.
- Jung-Wan Lee & Simon W. Tai.(2009). *Determinants of Product Quality Perceptions and Their Application to Marketing Standardization*.International Journal of Emerging Markets.vol 4, no 2. 119-136.
- Kotler, Philip & Keller Kevin Lane.(2009). *ManajemenPemasaran (edisi ke-13)*.Jakarta: Erlangga.
- _____. (2012). *Marketing Manajemen 14/E. United States*: Pearson Education.
- Kotler, Philip &Amstrong Gary.(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (edisi ke-12, jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- _____.(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (edisi ke-12, jilid 2)*.Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Berta & Noor Setia.(2011). *Analisis Keputusan Bauran Promosi Yang Mempengaruhi Proses Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Batik*

- Irmasasirangan Di Kota Banjarmasin*. Jurnal ilmu sosial. vol 3, no 2. Juni 2011. 211-218.
- Lupi, Yuliantari. (2013). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Produk IM3*. Skripsi pada FEB Universitas Telkom Bandung: Tidak diterbitkan.
- M. Nasir Ibrahim. (2007). *Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Palembang*. Jurnal Manajemen & Bisnis, vol 5, no 9. Juni 2007. 45-70.
- Mohamadou L. Fadiga, Sukant K. Misra & Octavio A. Ramirez. (2005). *US Consumer Purchasing Decisions and Demand for Apparel*. Journal of Fashion Marketing and Management. vol 9, no 4. 367-379.
- Martono, Nanang. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: analisis dan analisis data sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nasution, S. (2011). *Metode Research (cetakan ke-12)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Prasetyo, Bambang & Jannah, Lina Miftahul. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasinya (cetakan ke-6)*. Kelapa Gading Permai, Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada.
- Puspa, Yopanti. (2013). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Dapur Iga Bandung*. Skripsi pada FEB Universitas Telkom Bandung: Tidak diterbitkan.
- Razizah, Febriani. (2012). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Bebek Garang Cabang Braga Bandung*. Skripsi pada FEB Universitas Telkom Bandung: Tidak diterbitkan.
- Riduwan & Achmad Kuncoro, Engkos. (2011). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (analysis jalur) (cetakan ketiga)*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2010). *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Buku 2, Edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat
- _____. (2007). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Buku 1, edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Sugiyono.(2009). *Metode penelitian Bisnis (cetakan ke-14)*.Bandung: Alfabeta.
- .(2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D (Cetakan ke-14)*.Bandung :Alfabeta
- Suhardi dan Purwanto. (2009).*Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern (edisi 2, buku 1)*. Jagakarsa, Jakarta: Selemba Empat.
- Sujarweni,Wiratna. (2008). *BelajarMudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi &Umum (Edisi lengkap)*.Yogyakarta: Global Media Informasi.
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis (cetakan pertama)*.Yogyakarta: Medpress.
- Susetyo, Budi. (2010). *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Sivesan, S. (2013).*An Empirical Study OnThe Promotional Mix And Brand Equity: Mobile Service Providers*. Journal Of Marketing And Business Management. vol 2, no 47. February 2013. 46-50.
- Sara, Campo &María J. Yagüe.(2007). *Effects of price promotions on the perceived price* *International Journal of Service Industry Management*, vol 18, no 3.269-286.
- Sagala, Christina.,Destriani, Mila., Putri, Karina & Kumar, Suresh. (2014). *Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food Sector: A Survey on University Students In Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok,Tangerang, Bekasi) Indonesia*. International journal of scientific and research publications.vol 4, no 1. January 2014. 1-7.
- Taniredja,Tukiran & Mustafidah Hidayat.(2011). *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius., & Adriana, Dadi. (2008). *Pemasaran Strategik*.Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, Alida.(2012). *Kajian Bauran Promosi Di Perguruan Tinggi “x”*.Jurnal likuiditas.vol1, no 2. Desember 2012. 175-182.
- Wijaya, Tony. (2012). *CepatMenguasai SPSS 20 UntukOlahdanInterpretasi Data*. Yogyakarta: CahayaAtmaPustaka.