

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada

Alma, Buchari. 2004. Kewirausahaan. Bandung: CV Alfabeta.

Assauri Softjan. 2011, Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Catur E. Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, 2001, Pemasaran Barang dan Jasa, cetakan pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta.

Chapman, Joe dan Russ Wahlers (1999), “A Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model”, Journal of Marketing

Danang. Sunyoto, Dasar-dasar manajemen pemasaran, Cetakan Pertama, Caps, Yogyakarta, 2012.

Fandy Tjiptono, 2001, Strategi Pemasaran, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono, 2004, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Kotler, Philip & Amstrong 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid I, edisi kedua belas. Jakarta : Erlangga .

Kotler Philip dkk, 2012, Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.

Kotler Philip dkk, 2012, Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.

Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Prenhallindo, 2005.

Kotler, Philip. (2007). Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.

Lamb, Charles W., Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat, 2001.

Presetyo, Agus. 2008. “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pt supra raga transport cabang smg)”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Simamora, Bilson. 2003. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sofyan, Assauri. 2007. Manajemen Pe-masaran, Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta: Rajawali.

Suhardjono. 2003. Manajemen Perkreditan UKM. Yogyakarta: AMP YKPN.

Swastha, Basu dan Irawan, 2005, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas, Liberty Offset, Yogyakarta.

Swastha, Basu. 2001. Manajemen Pe-masaran. Edisi Ketiga. Yogya-karta: BPFE.

WEB :

<http://www.scribd.com/doc/41003313/Pengertian-Proses-Pengambilan-Keputusan-Pembelian-Konsumen>.

(diakses pada tanggal 30 Maret 2016)

<https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/10/31/fktr-pngarh-kep-pmblian/>

(diakses pada tanggal 30 Maret 2016)

<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-promosi-tujuan-dan-bentuk.html>

(diakses pada tanggal 02 April 2016)