# DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Arianty, N., Jasin, H., & Nasution, P. L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Praktek* (Pertama.). *Medan: Perdana Publishing*.

Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Setiyaningrum, A. Udaya, Jusuf dan Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran–Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneural Marketing dan E-Marketing. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi*.

Silaen, S. (2018). Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Bogor: In Media.

Sugiyono (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung : CV Alfabeta.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suparyanto, R. W. Rosad, 2015, *Manajemen Pemasaran*. *Media, Bogor*.

Tjiptono, Fandy. 2012. Peranan Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pemasaran Jasa. Bandung : Cv Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Arman, Andri. (2015). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Pada Cv. Sinar Utama Cabang Antasari Di Samarinda*. Journal Ilmu Administrasi Bisnis, 3 (3),* Hal625 – 637.

Indriastuty, Nina. & Abdiannur. (2017). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetik Pond’s di Kota Balikpapan. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis, Volume 1*, Mei 2017.

Jasmani.Sunarsi, D.(2020). *The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. Pinisi Discretion Review Volume 3, Issue 2, March, 2020 Page. 165- 174.*

Martha, R. Evanita, S. & Patrisia, D. (2018). *The Influence of Promotion Mix towards Purchasing Decision of Indihome product in Telkom Region of Padang City. dvances in Economics, Business and Management Research, volume 64.*

Ratna, D. Robustin, T,P & Darmawan, K. (2019). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap (Studi Kasus STIE Widya Gama Lumajang). *Journal Of Organization And Business Management,* *Vol 2 No 1,* Hal. 10-15.

Repi, O. Lumanaw, B. & Wenas, Rudy S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA, Vol.8 No.4*. Hal. 110-119.

Sandy, F. Arifin, Z. & Yaningwati, F. (2014) Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat Di Universitas Brawijaya). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 9 No. 2 April 2014.