

DAFTAR PUSTAKA

- A., Morissan M., dkk. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Adnan dan Hamim. 2013. *Administrasi, Organisasi Dan Manajemen*. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY): Trussmedia Grafika.
- Aina, Nor. (2017). Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kelurahan Mugirejo Kecamatan Sungai Pinang Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.5, No. 1.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anang Firmansyah dan Didin Fatihudin, 2019. *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta, CV Budi Utama.
- Appley A, Lawrence, Lee, Oey, Liang. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat.
- Ari Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Azmi, F. N. (2017). Pengaruh iklan televisi terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen es krim Magnum. *Jurnal manajemen dan organisasi*, 8(2), 119-132.
- Black Well, Roger D. James F. Engel, Paul W.M., 2013. *Perilaku Konsumen, The dryden Pres*, Bina Aksara, Jakarta.
- Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Terjemahan oleh Nurul Hasfi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Cahyati, I. (2017). Hubungan Antara Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Membeli Produk Otomotif (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Drucker, P. F. (1974). *Tasks, responsibilities, practices*. NY: Truman.
- Durianto, Darmadi. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (cet. Ke 10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono, 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Hartati, T. PENGARUH KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA (STUDI PADA KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA PERIODE 2018 DI WILAYAH KECAMATAN JAGAKARSA). Oleh.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Heryanto, Imam. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Vol. 9 No. 2.

- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan Cetak ke Empat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. 2013. *Public Relations* Edisi ke-5, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kasali, Rhenal. 2018. *Manajemen periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Komaryatin, N. 2012. Pengembangan Faktor Produksi Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Garam. In Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional Manajemen Bisnis: Memberdayakan UMKM dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menghadapi Persaingan Global, hal 193-200. Badan Penerbit Universitas Muria Kudus. hal 292.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip manajemen* (edisi 12 jilid). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan Saputra, B. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAYU OLAHAN DAN KAYU BULAT (Studi Kasus Pada UD. AB Putra Rimba di Pematang) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Lontoh, M. N. (2016). Analisis pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian mobil Toyota pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(1).
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Pemasaran Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Manullang, M. Esterlina Hutabarat, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.
- Morrison, M. A. (2015). Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. Kencana.
- Novizal, G., & Rizal, A. (2020). Pengaruh Product Knowledge Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Mobil Wuling Di Dealer Wuling Semarang).

- Pahlawan, F., & Prabowo, C. B. A. (2020). Pengaruh Karakteristik Individu, Intensitas Penggunaan Smartphone Dan Interaksi Sosial Terhadap Perilaku Phone And Snubbing Karyawan Lifepal@. *Syntax*, 2(5).
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran(Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana.
- Riduwan dan Sunarto. 2007. *Pengantar Statistika*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ritonga, Z. (2018). Preliminary Study: Development of Algodoo-based Newtonian Teaching Materials to Improve Student's Conceptual Understanding with Peer Instruction Method.
- Rohman, H. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Handphone Cross/evercross Di Dusun Cempleng Desa Brengkok Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Sandy, F. (2014). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian (survei pada mahasiswa jurusan bisnis angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu administrasi pengguna Indosat di Universitas Brawijaya) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Siswanto, Agus Bambang, and Kemmla Dewi. "Penerapan Manajemen Material pada Proyek Konstruksi di SUMBA (Studi Kasus di Kabupaten Sumba Tengah)." *Jurnal Teknik Sipil* 8 (2018).
- Suciana, F., Daryani, Marwanti, Arifianto, A. 2019. Penatalaksanaan 5 Pilar Pengendalian DM Terhadap Kualitas Hidup Pasien DM Tipe 2, *Jurnal Ilmiah STIKES Kendal* Volume 9 No 4 (2019), Hal 311-318.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, F. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan.
- Togas, N. M., Sepang, J. L., & Wenas, R. S. (2015). Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, dan Publisitas terhadap Keputusan Pembelian pada Penerbit Andi Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4).

- Wahida, N., & Trenggana, A. F. M. (2017). PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN:(Studi Pada Produk Bakmi Mewah). *Majalah Bisnis & IPTEK*, 10(2).
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (survei pada pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-15.
- Y. B. Siregar, (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Herbal Sari Dinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 5(2), 236-267.