

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2015). Kajian Teoritis. <http://portaluqb.ac.id:808/157/4/BAB%20II.pdf>, III, 2011.
- Buchari, A. (2016). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. 179.
- Gitosudarmo , I., & Sunyoto. (2012). Memasarkan Jasa Dengan Mix Market. <https://conf.unnes.ac.id/index.php/snep/II/paper/viewFile/254/1>, 155.
- Hamdani, A., & Sunyoto. (2012). Uraian Teoritis. <http://portaluniversitasquality.ac.id:55555/165/4/BAB%20I>, 154.
- Hasan, A. (2013). Kajian Pustaka. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2309/3/BAB%20II.pdf>, 494.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (CenterForAcademicPublishingService).
- Hermawan. (2012). Analisa Efek Promosi Dan Discount Terhadap Impluse Buying. *Jurnal Nosamba Vol.1 No.2*, 38.
- Kolter, & Amstrong. (2014). Manajemen Pemasaran. *Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- Kolter, & Amstrong. (2014). Manajemen Pemasaran Analisis. *Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian, III*, 253.
- Kolter, & Keller. (2012). Kajian Pustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2018/11/pengertian-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran.html>, 498.
- Kolter, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga: Edisi 13. Jilid 1.
- Kolter, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Manajemen. 15th Edition. *Prentice-Hall Published, New Jersey*, 164.
- Kotlee, & Keller. (2012). Pembahasan, Landasan Teori. https://repository.uin-suska.ac.id/13381/7/7.%20BAB%20II_2018300MEN.pdf, 219.
- Kotler, & Amstrong. (2014). Landasan Teori Dan Profil Perusahaan. <https://123dok.com/document/z14294dz-landasan-teori-profil-perusahaan-komponen-pemasaran-marketing-fungsi.html>, 77.

- Kotler, & Keller. (2015). Landasan Teori.
<https://repository.widyatama.ac.id/server/api/core/bitstreams/b21a44ce-40da-4e66-b161-b0c6b915da91/content>, 518.
- Kotler, & Keller. (2016). Liputan 6.
<https://www.liputan6.com/hot/read/4441490/tujuan-promosi-menurut-para-ahli-kenali-bentuk-bentuknya>, 623.
- Marwanto, & Aris. (2015). *Marketing Sukses* (Vol. III). Yogyakarta: Kobis.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. *Edisi 9, Selemba Empat, Jakaeta.*, 204.
- Peter, & Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.
http://library.upnvj.ac.id//index.php?p=show_detail&id=19673, III, Edisi 9 Buku 2.
- Shinta. (2011). Tinjauan Pustaka.
<https://eprints.umm.ac.id/74079/3/BAB%202..pdf>, 147.
- Tiptono, & Chandra. (2012). Evaluasi Bauran Promosi Pada Perusahaan Invynia. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Vol.1 No.5*, 343.