

DAFTAR PUSTAKA

- A., S., & Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Angipora, M. P. (1999). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu, S. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.
- Duncan, T. (2002). *Principles of Advertising & IMC*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Indonesia: Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lamb, e. a. (2001). *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lingga. (2004). *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Morisson, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi pertama.*

Jakarta: Prenamedia Group.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen*

Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru.

Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan*

Promosi. Jakarta: Salemba Empat.

Stanton, & J, W. (2001). *Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Swastha, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi.

Wiyono, B. (2009). *Pengaruh Word of Mouth dalam Keputusan Pembelian.*

Bandung: Kappa Sigma.

