

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amirullah & Haris Budiyo. (2004). Pengantar Manajemen. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.
- Anoraga, Pandji. (2000). Manajemen Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aritonang, Lerbin R. (2005). Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS, edisi pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Barata, Atep Adya, (2006). Dasar-Dasar Pelayanan Prima, cetakan ketiga. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Christina Sagala, Mila Destriani, Ulffa Karina Putri dan Suresh Kumar (2014). "Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food sector: A survey on University Students in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) Indonesia". International Journal of Scientific and Research Publication, Volume 4, Issue 1, Januari 2014, ISSN 2250-3153.
- Dewi Urip Wahyuni, (2008). "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat". Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 10, No. 1, Maret 2008, h. 30-37.
- Dodi Hariadi dan Soebari Martoatmodjo (2013) " Pengaruh Produk Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision". Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 1, Nomor 1, Januari 2013 h. 67-87.
- Fajar, Laksana. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Griffin, Jill. (2003). CustomerLoyalty:Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan. Jakarta, Airlangga.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. 2010. Multivariate Data Analysis(7th Edition ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. 1998. Multivariate Data analysis. New Jersey: Prentice-Hall, inc.
- Hendra Sastrawinata. (2010). "Pengaruh Faktor-Faktor Marketing Stimuli Terhadap Purchasing Decision Produk-Produk Honda (Studi Kasus Pada

PT. Honda Astra Internasional Tbk. Cabang Veteran Palembang)”. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis Edisi Ke-IV, Nopember 2010.

Indriantoro dan Supomo. (1999). Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.

Junio Andreti, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal dan Suresh Kumar (2013). “The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers’ Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia”. International Journal of Advances in Management and Economics, Nov-Des, 2013, Vol 2, Issue 6, h. 72-78.

Lopiyoadi Rambat dan Hamdani, (2006). Manajemen Pemasaran Jasa, edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Machfoedz Mahmud, (2010). Komunikasi Pemasaran Modern, cetakan pertama. Jakarta: Cakra Ilmu.

Nugroho J Setiadi. (2002). Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.

Nugroho J Setiadi. (2003) Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.

Philip Kotler. 2003. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 3. Jakarta: Prehallindo.

Philip Kotler. (2008). Manajemen Pemasaran, edisi ketigabelas, jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: Prehallindo.

Philip Kotler. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prehallindo.

Siswanto Sutojo, (2009). Manajemen Pemasaran, edisi kedua. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.

Sugiyono, (1999). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Sugiyono (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2003). Prilaku Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sutisna, Sunyoto. (2013). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.

Tjiptono Fandy, dan Gregorius Chandra, (1997). Service Quality & Satisfaction, edisi pertama, cetakan pertama. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono Fandy, dan Gregorius Chandra, (1996). Prinsip-Prinsip Total Quality Service. Yogyakarta: Andi Offset.

Uma Sekaran, 2006, Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

Wahju Wulandari, (2013). “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang”. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol 1, Nomor 3, Desember 2012.

Winardi, SE. (1992). Aspek-aspek Bauran Pemasaran. Bandung: Mandar Maju.

