

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swasta dan Irawan. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Daryanto. 2011. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung: Sari Nusa
- Dina Fitriyono, 2017, judul analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk. Jurnal Statistika Manajemen Pemasaran Vol. 2, No. 5
- Dwi Sapto Yudiyanto, 2017, judul pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan sepeda motor suzuki (Studi Kasus pada PT. Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali. Jurnal Ilmu Manajemen pemasaran Vol. 3, No. 34
- Fandry Nurcahyo, 2017, judul pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada restoran mcdonald's delta plaza surabaya. Jurnal Statistika Manajemen Pemasaran, Vol. 6, No. 2
- Gitosudarmo. 2011. Komponen Harga. Hal 39
- Ghozali, 2014, Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS,  
Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. Jilid 1
- Ghozali, 2014, Model Persamaan Struktural Konsep Aplikasi
- Ghozali, Imam. 2014. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanif. Nadila Ulfa. 2014. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Hijab (Studi Kasus Toko Fidza Collection di Desa Mayangkawis
- Hariani. 2013. Analisis Pemengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Gas LPG Di Desa Rambah Utama. Universitas Pasir Pengaraian.
- Kotler Philip, 2013 Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Jakarta Hal 33
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2013. Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education Limited.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1 P.T. Indeks Kelompok Gramedia.
- Maqfira Dwi Utami. 2011. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Volume Penjualan. UI Jakarta. Hal 55
- Nugroho, setiadi J. 2003. perilaku konsumen : konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian bisnis pemasaran, Prenada Media. Jakarta.
- Sofyan Syafri. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Wali Indeks. Semarang. Hal 7
- Suriyono. 2010. Solusi Program Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing. Jakarta. Hal 99
- Swastha. 2011. Promosi dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran. Bandung - Jawa Barat. Hal 54
- Suriyono. 2012 Barang Dan Jasa. Yogyakarta Hal 44.
- Swasta dan Irawan. 2012. Elastisitas Permintaan, Persaingan Dan Biaya. Surabaya. Hal 202
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed methods*). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: ALFABETA.
- Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Sutojo, Siswanto. 2004. Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Sutrisni. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Universitas Diponegoro.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2011. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Swisstiani. Feby. 2014. Pengaruh Harga, Efektivitas Iklan dan Promosi
- Terence A. Shimp. 2013. Periklanan Promosi. Edisi V. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono. 2011. Definisi Promosi Dan Pemasaran. Jakarta. Hal 221

Tjiptono, Fandy. 2013. Brand Management dan Strategi. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2013. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Tjiptono, Fandy. 2013. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Umar , Djarwanto, 2014, Model Penentuan Dan Penentuan Konsep Teknik Sampel.