

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora. (2012). *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anwar, & Sanusi. (2011). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ari, Jusuf, & Efendi. (2015). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta.
- Bakar, A. (2005). *Pengaruh Pelaksanaan Bauran Promosi Pemasran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Jamu Di Banda Aceh*. Dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+pelaksanaan+bauran+promosi+pe masran+terhadap+proses+keputusan+pembelian+pada+jamu+di+band a+aceh&btnG= Diakses tanggal 16 maret 2020.
- Basu, & Ibnu. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEE.
- Fitriani, E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeritas Halu Oleo*. Dari: <https://www.bing.com/search?q=Pengaruh+Kualitas+Produk+Dan+Harga+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Produk+Wardah+Pada+Mahasiswi+Fakultas+Ekonomi+Dan+Bisnis+Univeritas+Halu+Oleo&go=Cari&qs=ds&form=QBRE> Diakses tanggal 16 maret 2020.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan/ Program IBM SPSS 23 (Edisi 8).Cetakan VIII* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kertamukti. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT Raka Grafindo Persada.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Pranhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Liliana, C., & dkk. (2012). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik the body shop pekanbaru* Dari :

<https://www.bing.com/search?q=Pengaruh+bauran+pemasaran+terhadap+keputusan+pembelian+konsumen+pada+produk+kosmetik+the+body+shop+pekanbaru&form=ANS PH1&refig=59f83f855bee4b09bffd0ae23f504c28&pc=U531&sp=> diakses tanggal 16 maret 2020.

Shandy, F. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat Di Univeritas Brawijaya). Dari:https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+bauran+promosi+terhadap+keputusan+pembelian+%28survey+pada+mahasiswa+fakultas+ilmu+administrasi+pengguna+indosat+di+univeritas+brawijaya+%29&btnG= Diakses tanggal 16 maret 2020.

Shoell, & Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Silalahi. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Soegoto. Soeryanto, Eddy. (2010). *Enterpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung* (Edisi Revisi). PT. Gramedia. Jakarta

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijayanti. (2008). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Pembersih Wajah Ovale* Dari:https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisi+faktor+yang+mempengaruhi+keputusan+pembelian+konsumen+terhadap+pembersih+wajah+ovale&btnG= Diakses tanggal 16 maret 2020.