

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV Alfabeta.
- Almilia , Luciana Spica. (2008, Juni 21). *Ekplorasi Kualitas Profesional Di Bidang Sistem Informasi Akuntansi*. Paper dipresentasikan di Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008, Yogyakarta.
- Anandya, Dudi., Suprihhadi, Heru. (2005). *Riset Pemasaran Prospektif & Terapan*. Jawa Timur : Bayumedia Publishing.
- Belch,G.E., Belch, M.A. (2007). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective, 7th Ed*. Mc Graw Hill International Edition.
- Berman, Barry, Joel.R.Evans. (2005). *Retail Management 6th Edition*. New Jersey : Prentice – Hall, Inc.
- Hague, Paul. (1995). *Merancang Kuesioner*. Jakarta : PT Pustaka Binama Presindo.
- Kotler, Armstrong. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi ke-8*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid Kedua*. Jakarta : PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid Kesatu*. Jakarta : PT.Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip., Lane, Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi Keduabelas Jilid Kesatu*. Jakarta : PT.Indeks Gramedia.
- Peter, Paul. J., Olson, Jerry.C. (2003). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Simamora, Henry. (2007). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II Edisi 2*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Saladin, Djaslim. (2006). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Keenam Jilid I*. Jakarta : Erlangga.

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

Shimp, Terence.A. (2003). *Periklanan dan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

Umar, Husein. (2001). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

<http://www.bandung.go.id>