

## DAFTAR PUSTAKA

1. Boyd, Walker, Larreche 2000, “Manajemen Pemasaran”, edisi kedua, Jakarta : Erlangga, alih bahasa : Imam Nurmawan, SE
2. E. Jerome McCarthy, Ph.D dan William D. Perreault, Jr., Ph.D 1993, “Dasar-dasar Pemasaran”, edisi kelima, Jakarta : Erlangga, alih bahasa : Agus Dharma Ph.D
3. Jefkins, Frank 1997, “Periklanan”, edisi ketiga, Jakarta : Erlangga, alih bahasa : Haris Munandar
4. Kotler, Philip 2003, “Manajemen Pemasaran”, edisi kesebelas, Jakarta : Indeks, alih bahasa : Drs. Benyamin Molan
5. Kotler dan Armstrong 2001, “Prinsip-prinsip Pemasaran”, edisi kedelapan, Jakarta : Erlangga, alih bahasa : Damos Sihombing
6. Sujana, “Statistik untuk Ekonomi dan Niaga”, Jilid I dan II
7. William J.Stanton 1994, “Prinsip-prinsip Pemasaran”, edisi ketujuh, Jakarta : Erlangga, alih bahasa : Drs. Yohanes Lamarto