

Daftar Pustaka

1. Kotler, Philip (1998) edisi revisi. Jilid I & II, “Manajemen Pemasaran Prentice Hall Inc”
2. Saladin, SE H. Djaslim (1991) “Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran”
3. Dayan, Anto (1986) jilid II “ Pengantar Metode Statistik”
4. Shimp, Terence A (1997) edisi 5. Jilid I “Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu”
5. Mc. Carty, Phd E. Jerome & William Perreault, Jr, Phd (1993) “Dasar-dasar Pemasaran”
6. Lamb, Hair, McDaniel (2001) “Pemasaran”
7. James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard (1994) edisi 6. Jilid 1 “Perilaku Konsumen”
8. Kotler (1997) Jilid 2 “Manajemen Pemasaran”
9. Boyd, Walker, Larreche (2000) edisi kedua. Jilid 2 “Manajemen Pemasaran”
10. Kotler (1999) “Manajemen Pemasaran”
11. Philip Kotler dan Gary Amstrong (2002) edisi 9. Jilid 2 “Dasar-dasar Pemasaran”
12. Philip Kotler (1991) edisi 8. Jilid 1 “Manajemen Pemasaran”
13. Kotler (2000) ” Manajemen Pemasaran”
14. Kotler (2001) edisi 2. “Manajemen Pemasaran”

15. Kotler (2002) edisi Millenium “Marketing Management”
16. Kotler dan Amstrong edisi 2 (2001)
17. William J. Stanton (1984) edisi ketujuh. Jilid 1 “Prinsip Pemasaran”
18. Shimp, Terence A (2000) edisi 5. Jilid I “Periklanan Promosi: Aspek
Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu”
19. Rhenald Khasali (1993)”Manajemen Pemasaran konsep dan aplikasinya
di Indonesia”
20. Peter dan Olson (1996) “Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran”