

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, B.(1995). Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol. Terjemahan Hendri Teguh dan Rony A. Rusli. Jakarta: Perhalindo.
- Alex, N. (2000). Marketing. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Authors: Lumbanbatu, Juni Riantro, Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bioskop 21 Sun Plaza Medan Advisors: Dr. Beby Karina Fawzee, SE, MMURI:
<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/16279>
- Bilson, S.(2001). Strategi Memenangkan Pasar yang Profitabilitas. Jakarta: PT. Indeks.
- Engel, F.J., dkk.,(1994). *Consumen Behaviour. 9 the edition*. Harcourt, Orlando
- Engel, F.J., dkk.,(2001). *Consumen Behaviour. 9 thedition*. Harcourt, Orlando Ghozali, Imam, 2005. Model Persamaan Belch. G. E., & Belch. M. A., 2004. *Advertising &Promotion*. 6th edition. Mc Graw Hill, NewYork.
- Faisal, A. (2002). Strategi Pemasaran. Bandung: Angkasa.
- Hadi.(2004). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio. Surakarta :Universitas Muhammadiyah.
- Hidayat.(2007). *Consumers Behavior and Marketing Action*. Edisi 3. Boston Massachusset, AS : Kent Publishing Company.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2000). Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi 101, Terjemahan Wilhelmus W Bakowaton. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, P dan Armstrong, G.(2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan. Jilid Pertama. Diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, P.(2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J.,(2003) . *Marketing for Hospitality & Tourism*. 3th edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler P, (2005). *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Alih bahasa oleh Hendra Teguh, SE dan Ronny A Rusli,Se,Ak. Jilid 1, Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G.(2006). *Principles of Marketing*,11th edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P dan Armstrong, G.(2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. (Alih bahasa Bob Sabran). Jilid 1. Edisi ke 12. Erlangga, Jakarta. (Buku asli edisi 12).
- Kotler, P dan Keller, Lane, K.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid Pertama. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong, G.(2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I Edisi Kedelapan*. Erlangga. Jakarta.
- Lin, C. 2013. *The Effect of Brand Image on Purchase Intention in Catering Industry*. *Jurnal Pak J. Satist*.
- Lamb, Charles W. dan Joseph F. Hair, dan Carl McDaniel.(2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John C dan Michael Minor.(2002). *Consumer Behaviour*. Alih Bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John C., (2002). *Marketing research: Anapplied orientation*. 8th edition. New Jersey:Prentice Hall Inc.
- Nia Payoga; 21200860, yang berjudul Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt.wom Finance Bandung Permalink<http://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-s1-2005-niapayoga2-1982>

- Pride, W dan Ferrel, C.(2005). Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-hari, Terjemahan Daniel Wijaya. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Priyatno, D.(2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20. Yogyakarta : CV.Andi Offset.
- Rewoldt. (2001). Manajemen. Strategik, Pengantar Proses Berpikir Strategik.Jakarta: Erlangga.
- Royah, S. (2003). *Consumer Behaviour :Buying, Having, & Being. 5th edition.* Prentice Hall. New Jersey.
- Salim, J.(2009). Step By Step Bisnis Online. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Saputra, D.(2009). Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kartu XL di Kota Padang. Skripsi, FE. UNP : tidak diterbitkan.
- Schiffman, I.G., & Leslie L.K.,(2004). *Consumer Behavior. 8th edition.* Prentice Hall, New Jersey.
- Singarimbun, D.(2003). Metode Penelitian Survai. Jakarta : LP3ES.
- Singarimbun, D.(2006). Metode Penelitian Survai. Jakarta : LP3ES.
- Shiely, Mc.Charty & Perreal.(1995). *Entrepreneurship* Menjadi Pebisnis Ulung. Jakarta: PT Media Elex Komputindo.
- Sondoh *et al.* (2007). *Measuring The Purchase Intention of Visitors to The Auto Show* Northwood University
- Stanton, W.(2001). Prinsip Pemasaran, Terjemahan Sundaru Dadu. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Manajemen. Edisi II. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Supryanto, J.(2000). Kepuasan Tingkat Pelanggan; Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Swastha, B. (2006). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Liberty.

Swastha, B. (2007). Azas-azas Marketing. Yogyakarta : Liberty.

Tiara, A.(2004). Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable.
Jakarta : PT Gremedia Pustaka Utama.

Teiseran, E.(2005). Menjadi Penjual Sukses Dengan Selling Skills. Edisi Kedua.
Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Tjitono, F. (2000). Manajemen Jasa. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, F. (2000). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Winardi.(2001). Marketing dan Perilaku Konsumen. Bandung: Mandar Maju.

