



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2004. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh.
Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. Prinsip Prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1.
Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1.
Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jilid
2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. Keller. & Kevin, L. 2012. Marketing Management 14th Edition. New Jersey:
Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. Principles of Marketing. Edisi 13. USA:
Pearson.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung
Alfabeta
- Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*.
Pelajar Yogyakarta : Penerbit Pustaka
- Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja
Rosdakarya
- Jefkins, Frank. 2004. Public Relations. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono. F. dan Chandra, G. 2015. *Service, Quality, dan Satisfaction*, Edisi ke-4.
Yogyakarta: Andi
- Afrizal. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajagrafindo.
- Smith, PR. dan Ze Zook. 2011. Marketing communications: *Integrating Offline and
Online with Social Media*. Great Britain: Ashford Colour Press

- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Shimp, Terence A. 2010. *Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication*. Canada: Nelson Education
- Cravens, W, David.2012. Pemasaran Strategis. Jilid1, Terjemahan, Lina Salim. Edisi Ketiga, Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Purwanto Djoko. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

SKRIPSI

- Wulandari, Annisa Galuh. 2017. Experiential Marketing dan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode Porter's Five Forces Model (Studi pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2017). Bandung: Telkom University
- Rusmadini, Ganis. 2012 "Analisis pengaruh promotional mix terhadap keputusan pembelian (studi pada: konsumen Natasha Skin Care di Surakarta)". Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Putri, N. N, Haryono, A. T, dan Warso, M. 2016." Efektifitas Atmospher dan Event Marketing terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli pada Konsumen Tembi Rumah Budaya Yogyakarta. *Journal of Management*", Vol 2 No. 2
- Abdullah, J. A. 2016. "*The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions*". *Journal for Studies in Management and Planning*.
- Sandy, F., Arifin, Z., dan Yaningwati, F. 2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9 No. 2.

