

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kavin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson-Education
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Nitisaastro, Mulyadi. 2012. "Perilaku Konsumen". Alfabeta. Bandung.
- Priyatno D. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. GAVAMEDIA. Yogyakarta.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEX
- Schiffman, dan Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. (M. Masykur, Ed.) (edisi 8)
- Shimp, Terence A. 2010. *Advertising Promotion and Other Aspects Of Interated Marketing Communication 8<sup>th</sup> Edition*. Canada: Nelson Education, Ltd

Sinambela, L, P. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta : CAPS.

### **Jurnal**

Aditya, Yessy. 2014. "Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri".

Bilal, M., Saeed, R., Naeem, B., & Naz, U. (2013). Integrated Marketing Communication: A Review Paper. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5 (5) (September), 124–133.

Budianto1, Aditya Arif, dkk. 2016. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Penggunaan Konsumen Layanan @WIFI.ID (Studi Kasus Di Kota Bandung). Bandung. ISSN: 2355-9357. Vol.3, No.2.

Tsikirayi, C. M. R., Muchenje, B., & Katsidzira, Z. (2013). Impact of integrated marketing communications mix (IMCM) in small to medium enterprises (SMEs) in Zimbabwe as a marketing tool. *Research in Business and Economics Journal*, 7(Imcm), 1–12.

Villamor, anthary paul et.al. 2014. Personal Selling and Social Media: Investigating Their Consequences to Consumer Buying Intention. Batam.

<http://dx.doi.org/10.15242/ICEHM.ED0214024> **Web**

[www.quakeroats.com](http://www.quakeroats.com) [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)



