

DAFTAR PUSTAKA

- Aryuningsih. 2012. “*Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi (Studi pada Konsumen Produk Pepsodent di Semarang)*”. Jurnal Manajemen.
- Asri, Sudarwanto. 2014. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Nanisa Beauty & Dental Clinic di Sidoarjo*”. Jurnal Pendidikan Tata Niaga.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Chattopadhyay., dkk. 2010. “*Marketing Mix Elements Influencing Brand Equity and Brand Choice*”. *Vikalpa Research*, 35 (06): 67-83.
- Fajri., dkk. 2013. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (survei pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang)*”. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.6 No. 2 Desember.
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajmen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan., Meuthia, dkk. 2014. “*Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry dan Samsung Android*”. Jurnal Optimasi Sistem Industri, Vol.13 No.2 Oktober 2014, Hal. 687-706.
- Kotler, Philip & Amstronng. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga Belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga Belas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, Amstronng. 2012. *Principle of Marketing*. Edisi Empatbelas. New jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip., Keller K Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Limabelas. Global ed: Pearson.
- Larissa Web site (www.larissa.co.id).
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat

- Lupiyodi, Rambar & Hamdani, A., 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Natakusumah, Yulianti. 2015. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung)*”. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Rahmawati., dkk. 2015. *Statistika Teori dan Praktek*. Edisi 3. Yogyakarta: Lab Manajemen UMY.
- Sangadji., Etta, Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman., Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan., Sugiharto. 2014. “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2 No.1.
- Sugiyono. (2005). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukotjo.,Radix. 2010.”*Analisis Marketing Mix-7p (Produk,Price,Promotion,Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*”. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1 No.2 Oktober, 216-228.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Tambajong. 2013. “*Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT.Sarana Niaga Megah Kerta Manado*”.
- Tjahjono., Samuel, dkk. 2013. “*Analisa Marketing Mix,Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1 No.2, Hal.1-9.
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa*, C.V Andi Offset, Yogyakarta
- Ulus . 2013. “*Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT.Astra Internasional Manado*”.
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan & Aplikasi SPSS/LISREL dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi & ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Gramedia.