

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Augusty Ferdinand, 2003 “Comnpetitif Advantage” Semarang: BP. UNDIP
- Augusty Ferdinand, 2013 “Metode Penelitian Manajemen” Semarang: BP. UNDIP
- Fandy Tjiptono, 1994 “ Strategi Pemasaran” Yogyakarta: Andi offset
- Freddy Rangkuti, 2006 “measuring customer satisfaction”, Jakarta : PT. Gramedia
- Imam Ghozali 2013, Model persamaan structural konsep dan aplikasi dengan program AMOS 21.0; Semarang. Badan penerbit Universitas Dipongoro
- Imam Robandi, 2013 “Horizontalization and School networking’ Yogyakarta
- j. supranto 2003 “Statiustik Teori dan Aplikasi, edisi V, penerbit erlangga jakarta
- Kotler, Philip & Gery Armstrong, 2003, Alih Bahasa; Alexander Sindoro, Penyunting; Benyamin Molan, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan Jilid satu, PT. Indeks kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Erlangga
- Kotler, lee, 1997, *Manajemen Pemasaran – Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 1 – 2, Edisi Indonesia, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip., 2005, *Manajemen Pemasaran* Edisi Kesebelas Jilid 1; Jakarta: PT. INDEKS.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane., 2007, *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua Belas Jilid 2; Jakarta: PT. INDEKS.
- Kuswandi, 2004, *Cara mengukur Kepuasan Karyawan*, Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta

- Mahmud Macfudz, 2005 “Akademi manajemen perusahaan” Yogyakarta: YKPN
- Mitchell, Gim dan Maxine 2007 ‘institutional and managerial factor affecty inetrnational students recrutmen management” journal , v21 N7 p593-605  
2007
- Morissan. (2007). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta :  
Ramdina Prakarsa
- Mudrajad Kuncoro. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : UPP AMP  
YKPM.
- Mulyaza, 2012 “Reformation Marketing Sekolah”, Surabaya : Bening Pustaka
- Ratih Hurriyati, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*; Bandung:  
ALFABETA.
- Sciffman dan kanuk, 1994 *Consumer behavior; Motivation research (Marketing)*,  
5th edition
- Singarimbun, Masri.1995. *Metode Penelititan Survei* . LP3S, Jakarta
- Sutrisno hadi, 1987 Yogyakarta: yayasan penerbit fakultas psikologi UGM,
- Suyanto, 2007 “marketing strategy TOP BRAND indonesia”, Yogyakarta : Andi  
offset
- Swasta, basu dan irawan, 2002 “manajemen pemasaran moderen”, Yogyakarta :  
liberty
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* . penerbit Andi.  
Yogyakarta.

## **JURNAL**

**Obasan, Kehinde, Soyobo Yusuf** 2011 “Menilai Efektivitas Promosi sebagai Marketing Manajemen Alat di Industri Telekomunikasi Nigeria, Administrasi Bisnis, Olabisi Onabanjo University, Ago - Iwoye, Ogun State, Nigeria.

**Sasaka Peter Situma** 2012 ‘Efektivitas Pameran Dagang dan Pameran sebagai Organisasi Alat Pemasaran (Analisis Perusahaan Terpilih di Mombasa)’  
gricultural Society of Kenya, Mombasa Branch Kenya

**Zain-Ul-Abideen, Salman Saleem** “Iklan yang efektif dan pengaruhnya terhadap tingkah laku pembelian” Ilmu Manajemen, Abbasia Campus, The Islamia University of Bahawalpur, Punjab, Pakistan. Dan Administrasi Bisnis, Federal University Urdu of Arts, Science & Technology, Islamabad, Pakistan

**Dekimpe, Dekimpe Erasmus, Hanssens, Dominique M, Jan-Benedict E. M. Steenkamp** 2005 ”Mengukur efektivitas promosi jangka pendek dan jangka panjang” Universitas Katolik Leuven, Belgia University, Rotterdam, Belanda; University of California, Los Angeles, U.S.A.dan Vincent R. Nijs Northwestern University, U.S.A.; Tilburg University, Belanda

**Jin-Woo Kim, Tracih. Freling, Jacqueline Eastmaan, 2010** “Melakukan Efisiensi Iklan dan Reputasi Merek” Georgia Southern University ; The University of Texas at Arlington; Georgia Southern University

**Karunanithy Senior, . M, S.Sivesan** “Sebuah Studi Empiris pada Mix Promosi dan Brand Equity: Penyedia Layanan”, Departemen Pemasaran, Studi Manajemen dan Perdagangan, University of Jaffna, Sri Lanka,

**Toni Repetti, Ph.D.** ‘Apakah promosi tunjangan benar-benar meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi Atlantik Kota kasino?’

**Christina Sagala , Mila Destriani , Ulffa Karina Putri, Suresh Kumar** “Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food sector: A survey on University Students in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)” Indonesia Departemen administrasi Bisnis, President University

**Dr.S. Shanthakumari, Ms.K.Priyadarsini** “Sebuah studi tentang strategi E-romosi untuk e-marketing “ AP, PG Dept of commerce CA SNMV College of Arts and Science, Malumachampatti

**Angel Villarejo, Ramos Manuel, Nchez, Franco** “The impact of marketing communication and price promotion on brand equity” Business Administration Faculty, University of Seville, 1Avenida Ramo´n y Cajal, 41018–Seville, Spain HENRY STEWART PUBLICATIONS 1350-231X BRAND MANAGEMENT VOL. 12, NO. 6, 431–444 AUGUST 2005

Nugroho crisdiyawan satriyo, 2010 ” Analisis pengaruh pencitraan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat kuliah di Diploma III fakultas ekonomi Universitas Diponegoro Semarang,

Iriyanti Setia, 2012 “Pengaruh biaya promosi terhadap jumlah mahasiswa baru dan analisis promosi mix di universitas muhammadiyah Semarang,

Afifudin Muchamad, 2007 “Pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan jumlah siswa di SMU Muhammadiyah 2 Malang ,

Sufa dan Munas. “Analisis pengaruh daya tarik iklan, kualitas pesan iklan, frekuensi penayangan iklan terhadap efektifitas iklan televisi mie sedap”, Diponegoro journal of management volume 1 nomer 1 tahun 2012, halaman 226-233

Anwar dan Suhendra “Pengaruh pengetahuan tentang taktik pemasangan iklan, penghargaan diri, kerentanan konsumen dan pengetahuan produk pada skeptisme orang dewasa terhadap iklan televisi” Proseding seminar internasional dan call for papers “owards excellent small business” yogyakarta, 27 april 2011

Rini dan Astute, “pengaruh agnes monika sebagai celebrity endoser terhadap pembentukan brand image honda vario jurnal bisnis dan manajemen vol.6, no.1 januari 2012 hal 1- 12 universitas sumatra utara (USU ) medan

Baedowi dan Lataruva “Analisis pengaruh kualitas produk, kesesuaian harga dan intensitas promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek rokok djarum super” Diponegoro journal of management volume 1 nomer 1, tahun 2012 halaman 254-261

Taufik, "Pengaruh media iklan terhadap pengambilan keputusan konsumen membeli pasta gigi pepsodent" jurnal pendidikan bisnis dan ekonomi (BSIE) vol.1 no.1 2013 Universitas Sebelas maret Surakarta

Fortunisa dan Agassi, "Pesan iklan Telvisi dan Personal Selling : alat promosi untuk peningkatan keputusan pembelian" Journal communication spectrum, vol.2 no.2 agustus 2013 ekonomi manajemen Universitas Bakrie

wandikbo, tumbel, tamengkel, "pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan sepeda motor honda merek CBR 150cc pada PT. Daya Adicipta Wisesa kec. Kalawat maumbi kab. Minahasa Utara" jurnal ACTA DIURNA edisi april 2013

Ross Mitchell, Heaney Joo-Gim, Cooper Maxine (2007: 594) dalam jurnal yang berjudul "*Institutional And Managerial Factors Affecting International Students Recruitment Management*

Anonim. "General Characteristics of Major Forms," in Media Planning: A Practical Guide, Jim Surmanek, NTC, 1995 dalam Ton Duncan, Advertising and Media Planning, Hal. 443.