

DAFTAR PUSTAKA

- Butet, W. 2008. Penerapan Analisis Konjoin Pada Penilaian Preferensi Mahasiswa FMIPA Untad Terhadap Konsep Produk Simcard Prabayar Telkomsel
- Boyd, dkk. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua Jilid 1. Alih Bahasa :Imam Nurmawan:Yati Sumiharti, S.E. Jakarta:Erlangga.
- Diniaty, D. (2014). Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri. *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman*, 177.
- Education, Inc.
- Hair, J. F. et al. 2006. Multivariate Data Analysis Sixth Edition. New Jersey. Pearson Education.
- Kotler dan Armstrong (2012:52) “Marketing Mix. Bauran Pemasaran.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2013. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management 15. Pearson
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. (2012). Principles Of Marketing, Edisi 14, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa
- Kotler, Philip. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid-2, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2018. Marketing: An Introduction. Pearson UK
- Lamb, Hair, Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Jakarta : Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. dan Birks D. F. 2007. Marketing Research An Applied Approach Third Edition. England. Pearson Education.
- Marketing Mix Theoretical Aspects*, 25-37.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). Consumer Behavior, Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Peter, J. Paul Dan Jerry C. Olson. (2010). Consumer Behavior & Marketing Strategy, Edisi 9. New York: Mcgraw Hill.
- Philip Kotler And Gary Armstrong (2016). Principles Of Marketing Sixteenth Edition. England : Pearson Education Limited.

Simamora, B. (2003), *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.

Thom W. A & Rahayu.(2008). *Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Lampung*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2): pp:11-15

Varadarajan, R. (2010). *Journal Academy Of Marketing Science. Marketing Strategy: Domain, Definition, Fundamental Issues And Foundational Premises*, 119-140.