DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Gary A., 2006. Principles of Marketing, 11th edition. Prentice Hall, New Jersey.

BasuSwasthadan Hani handoko, 2005 Azas-azas Marketing, Liberti, Yogyakarta.

Narimawati, Umi. 2008. MetodologiPenelitianKualitatifdanKuantitatif. Bandung.

Narimawati, Umi.,Anggadini, Dewi., &Ismawati, Linna. 2010. PenulisanKarya Ilmiah.Bekasi.Genesis.

Sukawati, Tjokorda. 2007. Pengaruhstrategidiferensiasiterhadapkepuasan pelanggan Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Vol. 12. No. 01

Kertajaya, Hermawan. 2006. HermawanKertajaya on Marketing Mix.Mizan. Bandung

Kertajaya, Hermawan. 2004. HermawanKertajaya on Brand.Mizan. Bandung.

www.marketing.co.id

Arif, M. (2008*).Definisi/PengertianPromosi, Fungsi/Tujuan&BauranPromosi / Promotional Mix Produk.*Di aksespada 02 April 2012 dari*World Wide Web*http://id.shvoong.com/business-management/marketing/2177086-pengertian-sales-promotion-promosi-penjualan/#ixzz1qJi60HdK

Bobby. 2009. PengaruhStrategiDiferensiasiProdukMerkdanPromositerhadap Proses KeputusanPembelianKonsumenPada Perusahaan Rokok PT,HM. Sampoerna.Vol 4 No 2.

M.Nasir Ibrahim. 2007. AnalisisPengaruh Media IklanterhadapPengambilanKeputusanMembeli Air

MinumdalamKemasanMerk Aqua padaMasyarakat Kota Palembang. Vol 5 No. 9.