

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, A. (2018). Dampak Promosi, *Brand Awareness* dan Pemilihan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 165–174. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.109>.
- Chaerani, D., Erna, E., & Dewanto, S. P. (2013). Model Optimisasi Linier Integer untuk Masalah Pemilihan Media Periklanan dengan menggunakan Pendekatan Konsep Set Covering. *Jurnal Matematika Integratif*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.24198/jmi.v9.n1.10198.61-74>.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan. In *Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4315-4>.
- Lupiyoadi, R. & I. B. R. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis* (Rosidah (ed.); 1st ed.). Salemba Empat. <http://www.penerbitsalemba.com>.
- Maulana, L. H., & Nurani, S. B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Periklanan, dan Penjualan Personal Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Grand Cempaka Resort and Convention Cipayung-Bogor. *Jurnal Visionida*, 4(1), 34. <https://doi.org/10.30997/jvs.v4i1.1315>.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi* (Mona (ed.)). Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Supangat, A. (2014). *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik* (A. Supriatna (ed.); ke 4). Prenamedia Group. [www.prenadamedia.com](http://www.prenadamedia.com).

- Tambunan, L. theresia. (2019). Faktor Dominan Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 35–45. <https://doi.org/10.31849/jieb.v16i1.2261>.
- Wenas, R., Sepang, J., & Togas, N. (2014). Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, dan Publisitas terhadap Keputusan Pembelian pada Penerbit Andi Cabang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4).

