

## DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang.
- Kotler, P. (1985). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: CV Intermedia.
- Kotler, P. (2000). *Edisi Keenam Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* , 119-128.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran) . *Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2, Mei* , 143-150.
- Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA 71 Vol.1 No.3* , 71-80.
- <https://kedirikab.go.id>
- <https://lumbang-merah-kampung-inggris.business.site>