

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ries, Jack Trout, 1993, Mengatur Posisi, Erlangga, Jakarta .
- Basu Swastha, DH, Irawan, 1990, Manajemen Pemasaran Moderen, Lembaga Manajemen AMP YKPN, Yogyakarta.
- Djarwanto, 1996, Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam Penelitian, cetakan pertama, Liberty, Yogyakarta.
- Husaini Usman, R.Purnomo Setiadi Akbar, 1995, Pengantar Statistik, cetakan pertama, Bumi Aksara, Jakarta .
- Joseph P. Gultinan, Gordon W. Paul, 1990, Strategi Dan Program Manajemen Pemasaran, edisi kedua, Erlangga, Jakarta.
- Muzamil Zamahsari, 1991, Pemasaran Internasional, cetakan kedua, Intermedia, Jakarta.
- Philip Kotler, 1994, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian, jilid I, edisi keenam, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler, 1990, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian, jilid II, edisi kelima, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler, 1997, Marketing Management, Analysis, Planning, And Control, ninth edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Stant Raph, Thomas L.Collins, 1995, Maxi Marketing, Terobosan Baru Dalam Strategi Promosi, Periklanan, Dan Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- William J.Stanton, 1995, Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid I, edisi ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- William J.Stanton, 1991, Fundamentals Of Marketing, Fifth Edition, Mc Graw-Hill, Kogakusha, Tokyo.