

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J. W., C. Fornell and R. T. Rust, 1997, *Consumer Satisfaction, productifity, and profitability: Difference between Goods and Services*, Marketing Science, Vol. 14, No. 2, pp. 10-19.
- Aziz, S., Sasanti, R., Herman, M.J., 2000, Analisis Komponen Harga Obat, *Bul. Penelit. Kesehat.*, 28(1): 399-408.
- Banirest, H., 2014, Kalbe Farma Raja Obat OTC yang Adaptif terhadap Pasar <<http://swa.co.id/business-strategy/management/kalbe-farma-raja-obat-otc-yang-adaftif-terhadap-pasar>> diakses 30 Desember 2015.
- Baron, R.M., dan Kenny, D.A., 1986, *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration*, *Journal of Personality and Sociology*, 51(6), 1173-1182.
- Borden, N. H., 1964, *The Concept of the Marketing Mix*, *Journal of advertising research*, 4(2), 2-7.
- Boulding, W. dan Lee, E., 1992, *Differentiation via the Marketing Mix*, *Marketing Letters*, 3(4) : 343-356.
- Departemen Kesehatan, 1993, *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 919/Menkes/Per/X/1993 tentang Kriteria Obat yang Dapat Diserahkan Tanpa Resep*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Departemen Kesehatan, 1993, *Peraturan Menteri Kesehatan nomor 386/Menkes/SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Bebas Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Dan Makanan-Minuman*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Departemen Kesehatan, 2007, *Pedoman Penggunaan Obat Bebas dan Bebas Terbatas*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia Jakarta.
- Departemen Kesehatan, 2008, *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1010/Menkes/Per/X/2008 tentang Registrasi Obat*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Departemen Kesehatan, 2008, *Pedoman Pengobatan Dasar Di Puskesmas*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Direktorat Jendral Bina Kefarmasian dan Alat kesehatan, 2014, *Pasar Farmasi di Indonesia 2015 capai US\$21, 7M.* <<https://Binfar.kemkes.go.id/2014/05/pasar-farmasi-di-indonesia-2015-capai-us-217-m/>> diakses 3 april 2015.

- Ehmke, C., Fulton, J., Lusk, J, 2005, *Marketing's Four P's: First Steps for New Entrepreneurs*, Purdue University, Indiana, pp. 1-5.
- Engel F., James and Roger G., Blackwell and Miniard., 1992, *Consumer Behavior seventh edition*, The Dryden Press, Chichago.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Goi, C. L., 2009, *A review of marketing mix: 4Ps or more ?*, International Journal of Marketing Studies, 1(1): 2-15.
- Gustin, R.K., 2013, Faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Gastitis Pada Pasien Yang Berobat Jalan Di Puskesmas Gulai Bancah Kota Bukittinggi Tahun 2011, Universitas Andalas Padang <<http://repository.unand.ac.id/17045/>> diakses 3 september 2015.
- Huang, A. H., 2015, Pengertian Uji Heteroskedastisitas dan SPSS, <http://www.en.globalstatistik.com/pengertian-uji-heteroskedastisitas-dan-spss/> diakses 23 Desember 2015.
- Hunt, S. D., 1991, *Modern Marketing Theory: Critical Issue in the Philosophy of Marketing Science*, Shutwester Publishing Co, Cincinnati.
- Ikatan Apoteker Indonesia, 2010, *Obat Bebas dan Bebas Terbatas* | Berita Farmasi, <<http://www.ikatanapotekerindonesia.net/pharmacy-news/34-pharmacynews/596-obat-bebas-dan-bebas-terbatas.html>> diakses tanggal 6 April 2015.
- Kartajaya, H., Taufik, Jacky M, Iwan S., Bayu A., Nastiti T. W., B. E. Satrio, IrvanI. J., Levina Y., Anthony D., 2011, *Self Medication : Who Benefits and Who Is at Loss ?*, 6, MarkPlus Inc., Jakarta.
- Kimia Farma, 2014, *Public Expose Perseroan 2014*. <<https://Kimiafarma.co.id/en/detail.php?i=376>> diakses 3 april 2015.
- Kline, P., 1999, *The Handbook of Psychological Testing*, 2nd ed., Routledge, London.
- Kotler, P., 1995, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, diterjemahkan oleh A.A. Hermawan, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G., 2012, *Principles of Marketing*, 14th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Laerd Statistics, 2015, *Spearman's Rank Order Correlation using SPSS - A How-To Statistical Guide* by Laerd Statistics, <<https://statistics.laerd.com/spsstutorials/spearman-rank-order-correlation-using-spss-statistics.php>> diakses tanggal 4 April 2015.

- Lau, G.T., dan Lee, S.H., 1999, “*Consumers’ Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*”, *Journal of Market Focused Management* Vol.4, pp.20-25
- McCarthy, E. J., 1960, *Basic Marketing : A Managerial Approach*, Irwin, Illinois.
- MIMS, 2013, *Petunjuk Konsultasi*, Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Mowen, J., dan Minor, J., 2002, *Perilaku Konsumen*, diterjemahkan oleh Lina Salim, Edisi 5, Jilid 1, 401, Erlangga, Jakarta.
- Muchid A., Umar F., Chusun, Supardi S. Sinaga E., Azis S., Zardania E., Iskandar A. S., Lasweti, Purnama N. R., Istiqomah S. N., Masrul, Rahim R., Lestari S. B., Yuniar, Y., Syamsuddin F., Retnohidayanti D., 2006, *Pedoman Penggunaan Obat Bebas dan Bebas Terbatas*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Nuseir, M.T., dan Madanat, H., 2015, *4Ps: A Strategy to Secure Customers’ Loyalty via Customer Satisfaction*, *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 7, No. 4, Canadian Center of Science and Education.
- Perreault, W. D. dan McCarthy, E. J., 2002, *Basic Marketing : A Global-Managerial Approach*, 14/e, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Perreault, W. D. dan McCarthy, E. J., 2008, *Essential of Marketing : A Marketing Strategy Planning Approach*, 14 ed, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Popovic, D., 2006, *Modelling the Marketing of High-Tech Start-Ups*, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 14(3):260-276.
- Radiosunu, 1986, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, BPFE, Yogyakarta.
- Rafiq, M. dan Ahmed, P. K., 1995, *Using the 7Ps as A Generic Marketing Mix: An Exploratory Survey of UK and European Marketing Academics*, *Marketing Intelligence & Planning*, 13(9):4-15.
- Royan, F.M., 2005, *Markeing Selebritis: Selebritis Dalam Iklan dan Strategi Selebritis dalam Memasarkan Diri*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sarwono, J., 2006, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Setiawati, A., 1992, *Farmakologi dan Penggunaan Terapi Obat-Obat Sitoproteksi*, *Cermin Dunia Kedokteran*, No. 79, Hal: 29-35.
- Sumarwan, U., 2004, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sunyoto, D., 2012, *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*, Penerbit Gavamedia, Yogyakarta.

- Swastha, B., dan Irawan., 2008, *Menejemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2007, *Strategi Pemasaran*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Tetuko, A., 2013, *Analisis Pengaruh Reputasi Merekdan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kimia Farma Pada Apotek Di Kota Medan*, *Tesis*, Universitas Gadjah Mada.
- Urbayatun, S., dan Widhiarso, W., 2012, *Variabel Mediator dan Moderator dalam Penelitian Psikologi Kesehatan Masyarakat*, *Jurnal Psikologi* Vol. 39, No.2, 180-188.
- Wibowo, A.E. dan Djojo, A., 2012, *Aplikasi Praktis SPSS dalam. Penelitian*, Edisi Ke Dua, Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- World Health Organization, 2000, *Guidelines for the Regulatory Assessment of Medicinal Products for use in Self-Medication*, World Health Organization, Geneva.
- Wulandari, A., 2014, *Aplikasi Teori Perilaku Terencana: Studi Empiris Perilaku Konsumsi Obat Mag*, *Tesis*, Universitas Gadjah Mada.
- Yunita, R., 2010, *Hubungan Antara Karakteristik Responden, Kebiasaan Makan Dan Minum Serta Pemakaian Nsaid Dengan Terjadinya Gastritis Pada Mahasiswa Kedokteran, Universitas Airlangga surabaya* <<http://adln.lib.unair.ac.id/go.php?id=gdlhub-gdl-s1-2010-yunitaratn-12853>> diakses 3 September 2015.