

DAFTAR PUSTAKA

- Afiani, L., Lubis, N. & Wijayanto, A., 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Multilevel Marketing, *Diponegoro Journal of Social and Politics*, **3**(2), 1-7.
- Anton, 2014, Combiphar Dominasi Pasar Obat Batuk, <http://ekbis.sindonews.com>, 14 Februari 2015.
- Anwarini, 2007, Analisa Strategi Bersaing Combiphar Consumer Health Care untuk Mendukung Pertumbuhan OBH Combi, *Tesis*, Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Arviana, N., 2014, Gambaran Perilaku dan Pengetahuan Mahasiswa Kluster Kesehatan dan Sosio-humaniora terhadap Pengobatan Sendiri, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Aviandi, D.N., 2012, Pengaruh Bauran Pemasaran Minyak Angin Aromatherapy Fresh Care terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Konsumen Mahasiswa Universitas Gadjah Mada, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Barliana, 2014, PT. Combiphar akan Gandeng Kemendikbud, www.harianterbit.com, 21 Juni 2015
- Boyd, H., Walker, O.C. & Larreche, J., 2000, *Manajemen pemasaran Jilid 1 Edisi kedua*, diterjemahkan oleh Imam Nurmawan, Erlangga, Jakarta.
- Burhanudin, T., 2014, Segmen Menengah dan Bawah Dorong Industri Farmasi, <http://www.marketing.co.id>, 14 Februari 2015.
- Chasanah, S.U., 2013, *Pemasaran Sosial Kesehatan*, 36,68, Deepublish, Yogyakarta.
- Combiphar, 2014, OBH Combi Menangkan Social Media Achievement Award 2014, www.combiphar.com, 15 Februari 2015.
- Djauzi, S., 2009, *Raih Kembali Kesehatan*, 119, Penerbit Kompas, Jakarta.
- Durianto, D., Sugiarto & Budiman L.J., 2004, *Brand Equity Ten Strategy Memimpin Pasar*, 6, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fuad, M., Christine, Nurlala, Sugiarto, Paulus, 2000, *Pengantar Bisnis*, 128-130, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Gunawan, A.A., 2011, Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Obat Batuk Vicks Formula 44 di Swalayan ADA di Semarang, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hermawan, A., 2009, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, 156, Grasindo, Jakarta
- Irawan, H. D., 2007, *Smarter Marketing Moves : Membangun Keunggulan melalui Informasi, Komunikasi, dan Produk*, 57-58, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Issetiabudi, D.E., 2015, Setelah Melambat, Industri Farmasi Bisa Tumbuh Dua Digit Tahun Ini, <http://industri.bisnis.com>, 14 Februari 2015.
- Jain, A., 2009, *Principles of Marketing*, 82-83, VK Publication, New Delhi.
- Kartikarini, V.D., Sampurno & Wahyono, D., 2011, Pengaruh Kualitas Produk dan Bauran Promosi “R” PT Air Mancur terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Surakarta, *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi* 1(1), 56-61.
- Kotler, P., Shalowitz, J., Stevens, R.J., 2008, *Strategic Marketing for Health Care Organizations, Building a Customer-Driven Health System*, 318-319, Jossey-Bass, San Fransisco
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2011, *Principles of Marketing 14th Ed.*, 51-52, 135-147, Prentice Hall, New Jersey.
- Lemeshow S., Hosmer D.W.Jr., Klar J., Lwanga, S.K., 1990, *Adequacy of Sample Size in Health Studies*, 1-2, John Wiley and Sons, Ltd.
- Lind, D.A., Marchal, W.G. & Wathern, S.A., 2008, *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global Buku 2 Edisi 13*, 143-144, diterjemahkan oleh Chriswan Sungkono, Salemba empat, Jakarta.
- Mahribi, A., 2014, Mengejar 1 Triliun Rupiah, www.marketing.co.id, 21 Juni 2015.
- Nisfiannoor, M., 2009, *Pendekatan Statistik Modern untuk Ilmu Sosial*, Salemba humanika, Jakarta.
- Notoatmodjo, S., 2012, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, 36-38 dan 125, Rineka Cipta, Jakarta.

- Oktavia N., 2015, *Sistematika Penulisan Karya Ilmiah*, 32-33, Budi Utama, Yogyakarta
- Priyatno, D., 2014, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 89-91, 99, 103, 108, 113, 134, 141, 148, C.V. Andi Offset, Yogyakarta.
- Puspitasari, I., 2006, *Cerdas Mengenali Penyakit dan Obat*, 39-40, Bfirst, Yogyakarta.
- Rafiq, I., 2012, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Obat Bebas, *Tesis*, Magister Manajemen Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sampurno, 2011, *Manajemen Pemasaran Farmasi*, 7, 47, 101, 139, 148, 151, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Santoso K.W., Waluyo H.D. & Listyorini S., 2013, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin di Semarang, *Diponegoro Journal of Social and Politics*, 3(1), 1-10.
- Setiamanah, A., 2012, Peran Top Brand dalam Perilaku Pembelian, www.frontier.co.id, 13 Juli 2015
- Shimp, T.A., 2003, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* Jilid 1 Edisi Kelima, 4, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 119, 120, 125, 168, 174, 184, 228, Alfabeta, Bandung.
- Superbrands, 2014, OBH Combi, superbrands.co.id, 24 Juni 2015.
- Swastha, B.D. & Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, 35, 79-80, 105, 119-123, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. & Chandra, G., 2012, *Pemasaran Strategik Edisi 2*, 127-128, 193, 315, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- TopBrand, 2014, Top Brand Index 2014 Fase 1, www.topbrand-award.com, 29 Juli 2015
- TopBrand, 2015, Top Brand Index 2015 Fase 1, www.topbrand-award.com, 29 Juli 2015.
- Umar, H., 2000, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 33, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Utari, W., 2011, Analisis Strategi Marketing Mix PT Combiphar serta Pengaruh terhadap Peningkatan Volume Penjualan, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 245-258.