

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, A.A.M.W. & Suasana, I.G.A.K.G., 2013, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Toko Sekar Sari di Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2 (1), 52-65.
- Ancok, D., 2002, *Teknik Penyusunan Skala Pengukuran*, 100-130, Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Anonim, 2015, *Losion Anti Nyamuk Autan*, <http://superbrands.co.id/2015/wp-content/uploads/2014/07/autan.pdf>, 24 Maret 2015.
- Anonim, 2015, *Top Brand Award*, <http://www.topbrand-award.com/>, 24 Maret 2015.
- American Marketing Association, 2001, *Marketing Definitions: A Glossary of Marketing Terms*, 12, AMA., Chicago.
- Arikunto, S., 2002, *Metodologi Penelitian*, 108-128, Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, S., 2009, *Manajemen Pemasaran*, 3, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- 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.
- Boyd, H.W. & Larreche, 2000, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, diterjemahkan oleh I. Nurmawan, Edisi Kedua, 32-45, Erlangga, Jakarta.
- Conant, J., & Fadem, P., 2008, *A Community Guide to Environmental Health*, diterjemahkan oleh R. A. Sulaiman, I. J. Wurugian, dan B. Gunawan, 143, Hesperian Foundation, California.
- Dahlan, M., 2009, *Besar Sampel dalam Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*, 19, PT. Arkans, Jakarta.
- Dharmmesta, B.S. & Irawan, 1990, *Manajemen Pemasaran Modern*, 127, Liberty Yogyakarta.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W., 1994, *Perilaku Konsumen*, diterjemahkan oleh F. X. Budiyo, Edisi Keenam, Jilid I, 3, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Gandahusada, S., Illahuda, H.D. & Pribadi, W., 1998, *Parasitologi Kedokteran*, Edisi Ketiga, 160-180, Balai Penerbit FK UI, Jakarta.

- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Gunawan, A.A., 2011, Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Obat Batuk Vicks Formula 44 di Swalayan ADA Semarang, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hernanda, F., 2011, Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pasta Gigi Herbal Siwak-F di Yogyakarta, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Kartikarini, V., 2010, Pengaruh Kualitas Produk dan Bauran Promosi “Madurasa” PT. Air Mancur terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Surakarta, *Tesis*, Ilmu Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Khumaidi, A., 2013, Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus pada Konsumen Rumah Tangga di Kp. MUK Cengkareng), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Komariah, Pratita, S. & Malaka, T., 2010, Pengendalian Vektor, *Jurnal Kesehatan Bina Husada*, 6(1), 34-43.
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Sabran, B., Edisi Ketiga Belas, Jilid 1 & 2, Erlangga, Jakarta.
- Lembang, R.D., 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Lestari, M.I., 2013, Dietiltoluamida Bahan Aktif Repellent yang Efektif dan Aman Bagi Travellers, *E-Jurnal Medika Udayana*, 2(10), 1721-1732.
- Machfoedz, M., 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cetakan Pertama. Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Mangkunegara, A.A.A.P., 2009, *Perilaku Konsumen*, 3, Refika Aditama, Bandung.
- Margono, S., 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Komponen MKDK*, 127, Rineka Cipta, Jakarta.
- McCall, R.B., 1970, *Fundamental Statistics for Psychology*, Harcourt, Brace & World Inc., New York.
- Morissan, M.A., 2010, *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*, Edisi Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Nawawi, H., 2012, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, 141-152, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

- Nerio, L.S., Verbel, J.O. & Stashenko, E., 2010, Repellent Activity of Essential Oils: A Review, *Bioresour Technol*, **101**(1), 372-378.
- Ngaini, S.N. & Maretno, E.D., 2005, Analisis Pengaruh Variabel Marketing Mix terhadap Volume Pembelian Sari Buah Mengkudu CV. Morinda House Bogor, *Jurnal SINERGI*, Edisi Khusus on Marketing, 93-108.
- Norhadi, M.U., 1996, Analisis Strategi Marketing Mix Produk Tabungan Sutera pada Bank Pembangunan Daerah DIY, *Tesis*, Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Octavia, 2009, *Majalah SWA*, No. 16/XXV/27 Juli - 5 Agustus 2009.
- Priyatno, D., 2008, *Mandiri Belajar SPSS*, 9, MediaKom, Yogyakarta.
- Rifai, A., 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris pada PT. Hadji Kalla Makassar, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Ruslan, R., 2010, *Metode Penelitian (Public Relations dan Komunikasi)*, 29, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sampurno, 2008, *Manajemen Pemasaran Farmasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Santoso, S., 2010, *Statistik parametrik: konsep dan aplikasi dengan SPSS*, 186, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, U., 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, 182, Salemba Empat, Jakarta.
- Slamet, J.S., 2009, *Kesehatan Lingkungan*, 180, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Soediono, J., 2009, Analisis Penerapan Konsep Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Tahitian Noni Internasional, *Tesis*, Ilmu Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 37-65, Alfabeta, Bandung.
- Sultan, R., 2014, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Pintar Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Makassar), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Sumarwan, U., 2011, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi Kedua, 4, Ghalia Indonesia, Bogor.

- Susanna, D., Rahman, A. & Pawenang, E. T., 2003, Potensi Daun Pandan Wangi untuk Membunuh Larva Nyamuk *Aedes aegypti*, *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 2(2), 228-231.
- Tjiptono, F., 1995, *Strategi Pemasaran*, 76-152, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, 19, Andi Offset, Yogyakarta
- Wahyuni, S., 2005, Daya Bunuh Ekstrak Serai (*Andropogon nardus*) terhadap Nyamuk *Aedes aegypti*, *Skripsi*, Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Xue, R.D., Barnard, D.R. & Arshad, A., 2003, Laboratory Evaluation of Eighteen Repellent Compounds as Oviposition Deterrents of *Aedes albopictus*, and as Larvacides of *Aedes aegypti*, *Anopheles quadrimaculatus*, and *Culex quiquefasciatus*, *Agriculture Research Service*, United States Departemen of Agriculture.