

## Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. RajaGrafindo: Jakarta.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Alfabeta.
- Jackon, I. (2013, Juni 15). *Definisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Diakses Agustus 7, 2018, dari carajadikaya.com: <http://www.carajadikaya.com/bauran-pemasaran-markering-mix/>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESindo.
- Riadi, M. (2016, July 24). *Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Faktor yang Mempengaruhi Penjualan*. Diakses August 5, 2018, dari Kajian Pustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2016/07/pengertian-tujuan-jenis-faktor-yang.html>
- Sahaja, I. (2014, May 23). *Volume, Tujuan dan Faktor yang Mempengaruhi Penjualan*. Diakses August 5, 2018, dari Ekonomi: <http://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/volume-tujuan-dan-faktor-yang.html>
- Sora. (2014, August 22). *Pengertian Penjualan dan Pemasaran Artikel Lengkap*. Diakses August 5, 2018, dari Pengertian Apapun: <http://www.pengertianku.net/2014/08/pengertian-penjualan-dan-pemasaran-artikel-lengkap.html>
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Efisiensi & Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.