

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. dan W. T. (2010). *Techno Preneurship dalam perspektif Bisnis Online*. Jambi: Badose Media.
- Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2012). *Strategi Marketing, Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bauran, P., Terhadap, P., Penjualan, V., Pt, P., Effect, T. H. E., Mix, M., ... Sukses, M. (2017). Issn 2303-1174, 5(3), 3078–3087.
- Bisnis, J., Arifin, H., & Belakang, L. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Volume Penjualan Okky Jelly Drink Pada Distributor PT . Sinar Niaga Sejahtera Di Wilayah Banjarmasin Jurnal Bisnis dan Pembangunan Edisi Januari-Juni 2016, 5(1).
- Darma, G. S. (2016). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada perusahaan tekstil, 13, 1–10.

- Ghozali, H. I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (kedua bela). Jakarta: Erlangga.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Muhidin, S. A. dan A. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Oesman, Y. (2007). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. (2011). *Buku Pintar Statistik Komputer*. Yogyakarta: Mediakom.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS* (Cetakan 1). Yogyakarta: Gava Media.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif* (pertama). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Samarinda, G. K., Salim, A., Tanjung, G., Timur, S. K., Acer, N., Acer, N., & Komputer, G. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV . Galaksi Komputer Di Samarinda, 3(4), 821–831.

- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba.
- Sari, A. K. (2017). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA, 5(1), 1–26.
- Sepang, J. L., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2014). MARKETING MIX PENGARUHNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT . MANADO SEJATI PERKASA GROUP, 2(1), 421–430.
- Setiawan, Z. I., Informasi, S. S., Pusat, J., Studi, P., Informatika, M., & Pusat, J. (2016). Peranan bauran harga terhadap peningkatan penjualan alat kesehatan 1, XII(2), 211–218.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke 15). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke 20). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus Marketing Mix (prduct, price, place, promotion)*. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Swasta, B. dan I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Ke empat)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Usmara, U. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.

Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.