

DAFTAR PUSTAKA

- amstrong, & kotler. (2003). *dasar-dasar pemasaran edisi kesembilan*. jakarta: PT. Indeks kelompok gramedia.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen pemasaran* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- crishtopher, et, a., terjm, d., & devri. (2010). pemasaran jasa manusia, teknologi, strategi. *pemasaran jasa*, 25-26.
- hasbi. (2011). *strategi pemasaran ala rashulullah*. jakarta: erlangga.
- hunger, j, d., & thomas, w. (2015). *manajemen strategi*. jakarta: adi.
- jauch, laurence, R., & wiliam, g. (1999). *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan Edisi Ketiga*. Jakarta: erlangga.
- mariana, i., & dkk. (2011). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & coffee di MX Mall Malang), . *administrasi bisnis*, 181.
- monasari, s. (2016). Analisis Strategi Pemasaran 4p Terhadap Produk Tabungan Impian Di Pt. Bri Syariah Cabang Banda Aceh. *siska monasari*, 5.
- nurul, h., & dkk. (2017). pemasaran syariah teori dan aplikasi. *pemasaran syariah*, 24.
- oentoro, d. (2012). manajemen pemasaran modern. *manajemen* , 135.
- Oentoro, D. (2012). manajemen pemasaran modern. *Deliyanti Oentoro*, 111-112.
- philip, & lane, k. (2009). *manajemen pemasaran* . jakarta: benyamin molan.
- philip, k., & kevin lane, k. (2014). *manajemen pemasaran*. jakarta: benyamin molan.
- rambat , l., & hamdani. (2006). manajemen pemasaran jasa. *manajemen*, 84.
- richard, & sugiono. (2015). Analisis Pengaruh Product Quality , Price Dan Promotion Terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Alphard Di Surabaya. *manajemen pemasaran petra*, 22.
- ronald, & nangoe. (2015). manetapkan fungsi pemasaran dalam menghadapi persaingan. Dalam d. imama, *satrategi pemasaran produk dengan sistem online dan offline di toko clarissa grosir dan fashion* (hal. 100). surabaya: duria imama.
- S, N. W. (2014). Pengaruh Marketing Mix 4p (Product, Price, Place Dan Promotion) Terhadap Keputusan Konsumen Yang Menjadi Jama'ah Umroh Di Pt. Shafira Lintas Semesta. *nur wahidatus s*, 4.
- selang, c. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengarruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Manado. *EMBA*, 73.

- selvie, n., & dkk. (2013). pengaruh promosi, harga, dan distribusi terhadap keputusan pembelian pakaian di matahari departemen store manado. *strategi bauran pemasaran*, 7.
- sugiono. (2011). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. bandung: alfabeta.
- suryani, & hendri. (2007). *metode riset kuantitatif*. bandung: gramedia.
- sutojo, & siswanto. (2002). *strategi manajemen pemasaran*. jakarta: pt. damar mulia pustaka.
- z, i. (2015). Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA. *irsyad z*, 7.