

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2006). "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Bandung: CV. Alfabeta.
- Baker, M.J. dan Saren, Michael. (2000). "*Marketing Theory: a Student Text*". Edisi Kedua. Los Angeles: Sage Publication.
- Booms, B.H. dan Bitner, M.J. (2007). "*Marketing Strategies and Organization Structure for Service Firms, in Marketing Of Services*". New York: America Marketing Association.
- Bungin, B. (2010). "*Metodologi Penelitian Kualitatif :Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*". Jakarta: Prenada.
- Dharmawan, Meidika Hafid. ( 2012). "Peranan Strategi Pemasaran Dalam upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Pada Perusahaan Pelaksana Jasa Konstruksi CV. Meidika Jaya Di Karanganyar".
- Hooley, Graham, *et al.* (2008). "*Marketing Strategy and Competitive Positioning*". *Fourth Edition*. London: Pearson Education.
- Irum. (2012). "Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kue Bingka".
- KBBI. (2015). "Sepuluh Perusahaan *Smartphone* Dengan *Market Share* Terbesar". Tersedia di <http://kbbi.web.id/> (Diakses pada 2016).
- Kodrat, David Sukardi. (2015). "*Entrepreneur* Sebuah Ilmu". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2002). " Dasar-Dasar Pemasaran". Jilid 1. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2003). "Dasar-Dasar Pemasaran". Edisi Kesembilan, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). "Prinsip-Prinsip Pemasaran". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L.. (2007). "Manajemen Pemasaran". Edisi Kedua Belas, Jilid dua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2012). "Marketing Management". 14<sup>th</sup> edition. Pearson Education.

- Kotler, Philip dan Hermawan Kertajaya. (2010). "Marketing 3.0: From Products To Customers To The Human Spirit". John Wiley and Sons. Copyright.
- Moleong, L.J. (2010). "Metodologi Penelitian Kualitatif". Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Poerwandari. (2009). "*Pendekatan Kualitatif*". Cetakan ketiga. Depok : LPSP3 UI.
- Rachmawati, Rina. (2011). "Peranan Bauran Pemasaran ( *Marketing Mix* ) Terhadap Peningkatan Penjualan ( Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran )".
- Schifman, Leon.G dan Kanuk, Leslie. (2004). "*Consumer Behaviour*". Jakarta: Prentice Hal International.
- Sugiyono (2008). "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2011). "*Metode Penelitian (Mixed Methods)*". Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, A.H dan Arief, A. (2010). "Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan *NVIVO*". Jakarta: Prenada Media Group.
- Swasta, Basu. (2005). "Manajemen Pemasaran Modern". Yogyakarta: Liberty.
- TechniAsia. (2014). "*Apps Store VS Google Play Store, Android VS Apple*". Tersedia di <https://id.techinasia.com> ( Diakses Pada 2016).
- Tjiptono, Fandy. (2004). "Pemasaran Jasa". Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. (2007). " Strategi Pemasaran". Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Wangsa, Muhammad Arif. *et al.* (2012). "Analisis *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak JAPFA Di Sulawesi Selatan".