

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, G., & Haghghi, M. (2009). *The effect of selling strategies on sales performance*.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Blerry, E., Kakokefalos, & George. (2014). Marketing Footwear: A Case Study from Greece, Volume 1. *Macrothink Institute Journal*.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14 edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- O'cass, N. (2015). Mastering the complementarity between marketing mix and customer focused capabilities to enhance new product performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 60-71.
- Poeloe, R. S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil pada PT. Astra International Tbk, Daihatsu Manado. *Journal EMBA, Vol 4 No 4*, 1037-1045.
- Pranoto, D., Hapsari, A., & Prianto, R. (2015). Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Bebek di CV. Jaya Abadi Ungaran. *Journal of management*, 1-20.
- Ramadhan, A. &. (2013). Analisis SWOT sebagai Landasan dalam menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, Vol 1, No 4.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Thyrer, B. (2010). *The handbook of Social Work Research Methods*. Washington DC: SAGE.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategy*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Zeithmal, V. B. (2013). *Integrating customer focus across te firm*. New York: The Mc Graw-Hill Companies.