

## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, K. d. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi KeDelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Irawan, S. d. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Keller, K. a. (2016). *Marketing Managemen 15th Edition* . New Jersey: Pearson Pretrice Hall Inc.
- Kurniawan, K. (2020, 04 24). *Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Ahli 2020*. Retrieved 01 15, 2021, from ProjasaWeb: <https://projasaweb.com/>
- Malik. (2020, 05 23). *Kudupinter*. Retrieved 01 20, 2021, from kudupinter web site: <https://www.kudupinter.com/2019/09/strategi-pemasaran.html>
- nurlaela, s. h. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Volume* .
- Nurlina, T. M. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Palembang: Salemba Empat.
- Philip Kotler, G. A. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Jakarta: Penerbi Erlangga.
- Ryanhadiwijayaa. (2020, 09 30). *definisi strategi menurut para ahli*. Retrieved 12 12, 2020, from Ryanhadiwijayaa: <https://ryanhadiwijayaa.wordpress.com/>
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Hutauruk, K. T. (2018). *Pengaruh Buran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Merek Cok Ko Tengok*. Deliserdang: Wilmar Bisnis Bndonesia.

sulaiman kurdi1, m. f. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan  
Penjualan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Kendal.

Kotler, P., & Keller. (2012). Marketing Management (14 th). New Jersey

Wati, M. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap .

