

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

Kotler, Philip, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Terjemahan Hendra Teguh dkk, Jakarta: PT. Prenhalindo

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan: Bob Sabran, M.M, Jakarta: Erlangga

Sugiyono, 2016, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ke-27, Bandung: CV. Alfabeta

Zeithaml, Valarie A, Mary J. Bitner, dan Dwayne D. Gremler, 2006, Terjemahan: M. Yazid, *Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: PT Prenhalindo

Djaslim Saladin, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju

Rambat Lupiyoadi – A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Salemba Empat

Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas, Yogyakarta: Liberty Offset,

Fandy Tjiptono, Ph. D dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*, Edisi 2, Yogyakarta: Penerbit Andi

Basu Swasta dan Irawan, (1999), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.

Referensi Internet:

Putra, Yoki, “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Siswa Bimbingan Dan Konsultasi Belajar Nurul Fikri Medan”
<http://id.123dok.com/document/6qmlowy8-pengaruh-nilai-pelanggan-terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-siswa-bimbingan-dan-konsultasi-belajar-nurul-fikri-medan.html>

http://eprints.umk.ac.id/326/3/BAB_II.pdf

Safitri, Yureska, “Penetapan Harga Produk”
<http://yureskah.blogspot.co.id/2014/05/penetapan-harga.html>

Redaksi Bisnis UKM, “Pentingnya Marketing Mix Dalam Berbisnis”
<http://bisnisukm.com/pentingnya-marketing-mix-dalam-berbisnis.html>

Galeri Rds Desain, “Kesalahan yang Sering Dilakukan oleh Desainer Pemula, Kamu Pasti Pernah Mengalami” <http://galeri-rdsdesain.blogspot.co.id/2016/12/kesalahan-yang-sering-dilakukan-oleh.html>