

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller,. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas, Jilid 1,

di alih bahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.

Basu Swastha dan Irawan,. 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke

tigabelas, Yogyakarta : Liberty Offset.

Porter, Michael, E. 2008. Strategi bersaing (*competitive strategy*). Tangerang: Karisma

*publishing group*.

Kotler, Phillip. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)*.

Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### Skripsi :

Ahmad Muqtafil, 2006. Pengaruh Persaingan Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Meubel “Putri Bangkit”. Universitas Merdeka Malang.

Fauzi Victor, 2008. Pengaruh Persaingan Produk Penjualan Pada PT Pabrik Teks Kasrie Pandan. Universitas Kristen Maranatha.

Heri Prasetyo, 2010. Pengaruh Persaingan Advertising Terhadap Volume penjualan Pada Perusahaan Rotan PT Prospek Anunggal Era Industri Goro Mojokerto. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas diponogoro Semarang.

**Jurnal :**

Jurnal Rami Syah Putri dan Indra Safri. 2015. Pengaruh Personil Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan POND'S. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.

**Sumber Elektronik :**

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3092/Bab%201.pdf?sequence=5> (diunduh, 21 Januari 2019)

<https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/95506/1/F18bre.pdf> (diunduh 7 Februari 2019)

<http://ciku.typepad.com/blog/2009/12/definisi-pemasaran-dan-manajemen-pemasaran.html> (diunduh 21 Februari 2019)

<http://www.definisi-pengertian.com/2015/04/lokasi-strategis-dan-pengertian-lokasi.html> (diunduh 1 Maret 2019)