

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, T. (2013). *Petunjuk Teknis Persiapan Implementasi Kurikulum 2013*.
- Amalia et al. (2012). *Pengaruh Pendidikan, Pengangguran, dan inflasi terhadap kemiskinan di kawasan timur Indonesia (KTI)*.
- Basu Swasta dan Hani Handoko. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Daryono. (2011). *Manajemen Pemasaran*. CV. Yrama Widya.
- Djamaluddin, K., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group. *EMBA 421, Vol. 2*, 421–430.
- Djaslim, A. H. & S. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Linda Karya.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Farhady H & Hatch E. (1981). *Research Design & Statistics for Applied Linguistics*. Rahnama Publications.
- Hamid, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Alfabeta.
- Hartono, H. (2012). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan*. Universitas Bina Nusantara.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. ALFABETHA.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15 G). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Erlangga.

- Kurniadi, H. (2010). *Strategi Pembelajaran Inquiri Sosial*.
- Medyana, P., & Dkk. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada UD. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014. *Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja. Indonesia*.
- Murwatiningsih. (2014). *Empowering The Marketing Mix Toward Purchasing Decision Based On Consumers Character at Traditional Markets in Semarang, International Journal of Business Economics*.
- Saleh, M. Y. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV. Sah Media.
- Setyoko, B. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mengkonversi Lahan Pertanian Menjadi Lahan Non Pertanian (Studi Kasus: Petani Desa Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Stanton, W. J. (2013). *Prinsip Pemasaran* (B. Alma (ed.); Jilid Satu). Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Swastha, B., & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *EMBA No.3, 1*, 1291–1301.
- Zeithaml, & Bitner. (2006). *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*.