

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Angipora, M.P., 1999, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Arikunto, S., 1992, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Yogyakarta.
- Basu, S., 2001, *Azaz-Azaz Marketing*, Edisi 3, Liberty, Jakarta.
- Bungin, B., 2001, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Darmawan, D., 2005, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Metromedia Education, Surabaya.
- Hunger, J.D & Thomas, L.W., 2003, *Manajemen Strategis*, Andy, Yogyakarta.
- Kertajaya, H., 2000, *Siasat Memenangkan Persaingan Pasar Global*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler & Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., 1994, *Marketing*, Erlangga, Jakarta.
- Lestari & Kristiningsih, 2008, *Manajemen Strategik*, Fak. Ekonomi UWK, Surabaya
- Lupiyoadi, R.M., 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Bandung
- Machfoedz, M & Mahmud Machfoedz, 2000, *Kewirausahaan*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Manulang, M., 1999, *Dasar-Dasar Manajemen*, Balai Aksara, Jakarta.
- Moleong, L.J., 2008, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Muhajdir, N., 1996, *Metode Penelitian Kualitatif*, Rakesarisin, Yogyakarta.

- Nabuko, C & Abu Ahmadi, 1997, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Nazir, M., 1999, *Metode Penelitian*, Galia Indonesia, Jakarta.
- Ngadiman, Dkk., 2008, *Marketing Jilid 2*, Departemen Pendidikan nasional, Jakarta.
- Partanto, P.A., 1994, *Kamus Ilmiah Populer*, Arkola Surabaya.
- Porter, M.E., 1997, *Strategi Bersaing*, Erlangga, Jakarta.
- Qardhawi. Y., 1993, *Halal dan Haram dalam Islam*, PT. Bina Ilmu (online). diakses pada tanggal 02 juli 2011 dari www.luk.staff.ugm.ac.id
- Rewold. S.H., 1991, *Strategi Harga dalam Pemasaran*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.
- Supardi, 2005, *Metodologi Penelitian dan Bisnis*, UII Press, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran*, Andy, Yogyakarta.
- Wynstra, F dkk., 2000, *Combining Value and Price To Make Purchase Decisions In Business Markets* (online). Internasional Journal of Research In Marketing diakses tanggal 02 Juni 2011 dari www.elsevier.com/locate/ijresmar.