

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 10. 2008. *Manajemen Strategi*, Jakarta; Salemba Empat
- Dwi Putra Darmawan dan Ida Bagus Widia, 2005, *Strategi PT. Nanda Bangun Nusa Untuk Mempertahankan Posisinya Sebagai Market Leader Dalam Agribisnis Pertamanan Pada Hotel Berbintang Lima Di Bali*. UI Jakarta. <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/view/775/738>
- Glueck. 2011. *Pengertian Manajemen Strategi*. Makalah ekonomi. blogspot.com
- Guiltnan, Joseph.P. 1994. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Iyan. Gustiana. 2012. *Analysis Management Strategi dengan Metode SWOT*. profit.is.unikom.ac.id/jurnal/...management-strategy.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler. Philip dan Armstrong. Gary. 2010. *Principles of Marketing*. Prentice Hall. Inc. Ninth Edition. Englewood. New Jersey.
- Kotler, P dan Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta; Erlangga
- Machfoedz Mahmud, 2005, *Komunikasi Pemasaran*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Cakra Ilmu, Yogyakarta
- Porter, Micheal E, 1993, *Keunggulan bersaing menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*, Erlangga, Jakarta.
- Porter. M. 1993. *Competitive Strategy*. www.hbs.edu/bios/mporter
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Ke-16. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudjana, Nana dan Ibrahim. 1989. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru.
- Suyanto. M. 2010. *Teknologi Informasi Mengubah Strategi Bersaing*. <http://p3m.amikom.ac.id>
- Titik. Noorida. 2010. *Perumusan Strategi Bisnis dengan Pendekatan "Game Theory"*. <http://digilib.unimed.ac.id/.../UNIMED-Undergraduate-262>
- Umar, H. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Widyatmini,2008. Analisis Matrik Bcg Pada Strategi Pemasaran Produk Pada Cv.
Turangga Mas Motor. [Http:// Journal.Unhas.Ac.Id/Index.Php/Jadkkm/Article/.../583](http://Journal.Unhas.Ac.Id/Index.Php/Jadkkm/Article/.../583)

Wita, S. Y. 2011. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran.
[http:// eprints.undip.ac.id/jurnal.pdf](http://eprints.undip.ac.id/jurnal.pdf)

