

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A Karim, Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2011)
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta.
- Assauri, F. (1996). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi. 1st ed.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Anthony, W.P, Parrewe, P.L, and Kacmar. 2013. *Stategic Human Resource Management*. Orlando: Harcourt Brace and Company.
- Bengtsson, M., Raza-Ullah, T. and Vanyushyn, V. (2016) ‘The coopetition paradox and tension: The moderating role of coopetition capability’, *Industrial Marketing Management*. Elsevier Inc., 53, pp. 19–30. doi: 10.1016/j.indmarman.2015.11.008.
- Blasco-Arcas, L., Hernandez-Ortega, B. and Jimenez-Martinez, J. (2014) ‘The online purchase as a context for co-creating experiences. Drivers of and consequences for customer behavior’, *Internet Research*, 24(3), pp. 393–412.
- Boyd, et al. 2000.*Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*.Jakarta: Erlangga.
- Charles W. Lamb dkk., (2001) *Pemasaran*, Jakarta : Salemba Empat.Fandy Tjiptono. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa Untuk skripsi dan tesis Bisnis edisi ketiga*. Yogyakarta : Andi
- Della Corte, V. and Aria, M. (2016) ‘Coopetition and sustainable competitive advantage. The case of tourist destinations’, *Tourism Management*. Elsevier Ltd, 54, pp. 524–540. doi: 10.1016/j.tourman.2015.12.009.
- Day, G.S., and Wensley R., 1998, *Assesing Advantages: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority*”, *Journal Marketing*, 52(2)
- Suhendi Hendi. 2005, *Fikih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ibn Taimiyah, Ahmad bin Abd al-Halim, *Al-Hisbah fi al-Islam aw Wazhifah al Hukumah al-Islamiyah*, Bairut: Dar aal-Kutub al-Ilmiyah, t,th
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta .

- Kotler dan Amstrong (2010). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta. Terjemahan Ellen Gunawan. Edisi Kelima. Jilid I. Erlangga.
- Kotler dan Amstrong (2012). *Marketing Management*. Jakarta : PT. KIND OF BRILLIANT JAYA.
- Murti, Sumarni. *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Kelima Revisi*, Yogyakarta: Liberty,2002
- Nugraha, Marza Riyandika. (2013). *Analisa Pengaruh Electronic Word-of-Mouth, Argument Quality, Message Source Credibility Terhadap Brand Image dan Dampaknya Pada Purchase Intention*. Jakarta : BINUS UNIVERSITY.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Edisi pertama. Yogyakarta: Andi.
- Purhantara Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu,2010
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan *Ekonomi Islam*. Ekonomi Islam. Jakarta: Raja grafindo Persada. 2011.
- Rangkuti, F., (2004). *Analisis SWOT Teknik Pembedahan Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. GRAMEDIA PUSTAKA UTAMI.
- Rifai, Andi. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris pada PT Hadji Kalla Makassar*.
- Rulli, N. (2015). *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, sositeknologi (1st ed.)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Saiman, Leonardus. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Satori, Djaman. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2009
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Stratejik*, Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2003.
- Swastha, B. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE

Tjiptono Fandy. 2007. Strategi Pemasaran Bisnis, Buku 2 Edisi II, Yogyakarta :
Andi

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran. 2nd ed. Yogyakarta: C.V ANDI
OFFSET*

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : CV. Andi

William G. Nickels, James M. McHugh, Susan M. McHugh, 2005.
Understanding Business, New York: McGraw-Hill

