



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Literatur

Barringer, Bruce R & R. Duane Ireland (2016), *Entrepreneurship Successfully Launching New Ventures*, Edisi 5, England: Pearson.

Best, Roger J (2013), *Market-Based Management*, Edisi 6, England: Pearson.

Chaven, David W. & Nigel F. Piercy (2013), *Strategic Marketing*, Edisi 10, America: McGraw-Hill.

David, Fred R (2015), *Strategic Management*, Edisi 15, England: Pearson.

Hisrich, Robert D., Michael P. Peters & Dean A Shepherd (2013), *Entrepreneurship*, Edisi 9, America: McGraw-Hill.

Kotler, Philip & Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi 14, England: Pearson.

————— (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15, England: Pearson.

Suliyanto (2010), *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: ANDI.

### Sumber Website

Alimudin, Cahyono, & Setiawan (2012), *Bentuk-Bentuk Badan Usaha*, <http://belnokov.narotama.ac.id> (diakses pada 13 Desember 2015)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bank Indonesia (2008), Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

© tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, <http://www.bi.go.id> (diakses pada 07 Desember 2015).

Calam & Qurniati (2016), Merumuskan Visi dan Misi Lembaga Pendidikan, <http://lppm.trigunadharna.ac.id/> (diakses tanggal 10 Agustus 2016)

Dalke (2014), *Are Porter's Five Competitive Forces still Applicable? A Critical Examination concerning the Relevance for Today's Business*, <http://essay.utwente.nl/> (diakses pada 13 Juli 2016)

Handayani (2013), Segmentasi Pasar Warung Burjo di Kawasan Babarsari Khususnya Daerah Kledokan dan Tambak Bayan, <http://e-journal.uajy.ac.id/> (diakses pada 12 Maret 2016)

Husaini (2011), Pengaruh Variabel Segmentasi Psikografis terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio di Makassar, <https://core.ac.uk/> (diakses pada 11 April 2016)

Istiningrum (2011), Implementasi Penilaian Risiko dalam Menunjang Pencapaian Tujuan Instansi Pendidikan, <http://journal.uny.ac.id/> (diakses tanggal 16 Maret 2016)

Karamoy (2013), Strategi *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya, <http://download.portalgaruda.org/> (diakses pada 11 Maret 2016)

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2015), Menperin: Industri Kimia, Logam, Alat Listrik dan Makanan Minuman Jadi Motor Pertumbuhan 2016, <http://www.kemenperin.go.id/> (diakses pada 04 Mei 2016)

Kompas (2016), Survei Kompas: Facebook Paling Sering Diakses Netizen Jakarta Hingga 77,5 Persen, <http://tekno.kompas.com/> (diakses pada 5 Juni 2016)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kurniawan (2014), Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Soto Angkring “Mas Boed” Spesial Ayam Kampung Semarang, <https://eprints.dinus.ac.id/> (diakses pada 11 Maret 2016)

Mahardhika & Dewi (2014), Analisis Pengembangan Usaha Pemanfaatan Limbah Bonggol Jagung Menjadi Produk Kerajinan Multiguna, <http://www.manajemen.fem.ipb.ac.id/> (diakses pada 12 Februari 2016)

Marlina (2015), Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang, <http://www.journal.unitas-pdg.ac.id/> (diakses pada 16 April 2016)

Munandar (2011), Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di RUMah Sakit Al-Islam Bandung, <http://jurnal.unikom.ac.id/> (diakses pada 10 Februari 2016)

Pam Jaya (2016), Tarif Air Minum, <http://www.pamjaya.co.id/> (diakses tgl 22 Juli 2016)

PLN (2016), Penetapan Penyesuaian Tarif Tenaga Listrik (*Tariff Adjustment*) Bulan Juli 2016, <http://www.pln.co.id/> (diakses tgl 22 Juli 2016)

Sagoro (2013), Materi Bisnis Pengantar: Bentuk Badan Usaha, <http://staff.uny.ac.id/> (diakses pada 02 Agustus 2016)

Shabastian & Samuel (2013), Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square, <http://studentjournal.petra.ac.id/> (diakses pada 19 Mei 2016)

Siska & Syafitri (2014), Analisis Sistem Pengendalian Persediaan Barang Dagang pada PT. Sungai Budi di Palembang, <http://eprints.mdp.ac.id/> (diakses pada 09 April 2016)



Stepvhanie (2012), Peramalan Penjualan Produk Susu Bayi dengan Metode *Grey System Theory* dan *Neural Network*, <http://lib.ui.ac.id/> (diakses pada 06 Agustus 2016)

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Suwati (2013), Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Tunas Hijau Samarinda, <http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/> (diakses pada 13 Maret 2016)

Syamsu, Suyadi, & Hidayat (2014), Peranan Bauran Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Dealer Sepeda Motor Honda PT Nusantara Surya Sakti Bululawang), <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/> (diakses pada 19 Januari 2016)

Wehantouw & Tinangon (2015), Analisis Laporan Arus Kas Operasi, Investasi dan Pendanaan pada PT. Gudang Garam Tbk, <http://ejournal.unsrat.ac.id/> (diakses pada 03 Februari 2016)

XL (2016), Nilai & Masa Aktif Pulsa XL, <http://www.xl.co.id/> (diakses tgl 22 Juli 2016)

Yuliana (2013), Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Sepeda Motor Matik berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang, <http://www.jurnal.stiesemarang.ac.id/> (diakses pada 01 Juni 2016)