

DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an

Buku :

- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Erlangga
- Basri, Hasan Cik. 2015. *Agenda Perkembangan Perguruan Tinggi Islam*. Jakarta :
Buku Panduan dan Informasi Akademik UIN SUSQA Riau. 2009.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husein, Umar, 2009. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,
- Muhibbin Syah. 2009. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Phili Kotler, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol*. Edisi Revisi. Edisi Bahasa Indonesia. Prentice Hall.
- Rivers, William. 2010. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Slameto. 2008. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Solihin, Ismail. 2012, *Manajemen Strategik*, Jakarta : Penerbit Erlangga

Website :

iptekindonesiaef.blogspot.com/2013/10/definisi-buku.html di akses pada
Thursday, October 31, 2013 . 10:22 AM

Godam64. "Cara Strategi Menentukan Harga Produk Barang Dan Jasa - Manajemen Pemasaran". *Organisasi.org Komunitas & Perpustakaan Online Indonesia*. <http://organisasi.org/cara-strategi-menentukan-harga-produk-barang-dan-jasa-manajemen-pemasaran> . diakses pada 19 april 2008.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Edi. “Perilaku Konsumen dan Strategi Produk”. Macam-macam Artikel, <http://edi-macam-macam-artikel.blogspot.com/2011/12/makalah-analisis-konsumen-dan-strategi.html>. diakses pada 01 Desember 2011.

