

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, F.S. 2016. STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) 7P (*PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE*) di CHERRYKA BAKERY, diperoleh pada 11 Maret 2009 di: <https://eprints.uny.ac.id/39866/>.
- Balfas, H. 2010. Analisis Strategi Bauran Pemasaran *Speedy* Pada PT Telekomunikasi (Telkom) Indonesia di Kota Bogor, diperoleh pada 20 Maret 2019 di: <http://repository.ipb.ac.id:8080/handle/123456789/6257>.
- Ebert, R.J dan Griffin, R.W. 2015 Pengantar Bisnis. edisi kesepuluh (Terj.:Devri Bernadi Putra.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hasan, A. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo
- https://www.telkom.co.id/servlet/Satellite=Page&childpagename=AboutTelkomIndonesia%2FPage%2FTKASstockDetail&cid=1420610902532&d=Touch&page_ame=AboutWrapper, di akses pada 16 juni 2019
- Kurniawan, A.R. 2018. Dasar-dasar *Marketing*. Yogyakarta: Quadrant.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Pradhana, I.A. 2009. Penerapan Bauran Pemasaran pada PT BATIK DANAR HADI SURAKARTA, diperoleh pada 1 April 2019 di: <https://eprints.uns.ac.id/4654/1/102131409200911151.pdf>
- Tjiptono, F. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Wijayanti, T. 2002. *Marketing Plan! Perlukah? Managing Marketing Plan* (Teori dan Aplikasi). Jakarta: Elex Media Komputido.