UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENGGUNAAN ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN BAKPIA PATHUK â€œ25â€• YOGYAKARTA
(Studi Kasus Pada Perusahaan Bakpia Pathuk â€œ25â€• Yogyakarta)
Henny Setiyaningrum, Ir. Teguh Pudji Purwanto, MT
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Gult, 1985, *Strategi Pemasaran*, Erlangga : Jakarta, 6-8

Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Undip, Semarang, 83-86

Hoskisson, 2001:160

Hadi, Sutrisno,1990, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta, Rineka Cipta, 45-52

J. Stanton, William, 1986, Prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta, 35-39

Kottler, Philip, 1998, *Marketing Manajemen*, Intermedia, Jakarta. 18-45

Rangkuti, 2001, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 19-20.

Sudarmo, Gito, 2001, *Manajemen Strategi Ed. 1*, BPFE, Yogyakarta.45-50.

Setiaji, Bambang, 2006, Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif, Surakarta: UMS Press, 24-29

Suwandi, Joko, 1996, *Manajemen Pemasaran Suatu Pengantar*, Dosen Penelitian. Akuntansi. 12-19

Supriyono, 1996, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*, BPFE, Yogyakarta 8-15

Swastha, Basu, 1999, *Azas-azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta, 12-64