

DAFTAR PUSTAKA

- Babbie, E. R. (2009). *The Practice of Social Research Twelfth Edition*. Cengage Learning: Wadworth.
- Basrowi, & Suwandi. (2008) *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta
- BPOM Republik Indonesia. (2012) *E-registration Produk OSTM BPOM RI*. Dari: <http://asrot.pom.go.id/index.php/home/depan/prosedur>. [11 Maret 2019]
- Damayanti, A. A. (2013) *Pesan Kritik Dalam Komedi di Televisi (Analisis Isi Kualitatif Pesan Kritik dalam Stand Up Comedy Show di Metro TV)*. *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada.
- Dewan Periklanan Indonesia. (2014) *Etika Pariwisata Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia.
- Laksana, F. (2008) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fisher, M.J. & Marshall, A.P. (2008) *Understanding Descriptive Statistics. Australian College of Critical Care Nurses*, Vol. 2 (2).
- Hooyenga P.A., Renger F.W., Kees, G. (2009) *Herbal products: Marketing strategies and legislation. International Journal of Green Pharmacy* . October 2009
- Irani, A. S. (2003) *Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Supervisor Pemasaran di PT. Trias Sukses Dinamika*, *Skripsi*, Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, P. & G. Armstrong. (2004) *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit Indeks
- Kotler, P. dan Amstrong G., (2006). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. N. (2008) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Media Group.
- Maryani, H., Kristiana, L., Lestari, W. (2016). *Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Sainifik. Buletin Penelitian Sistem Kesehatan* 19 (3).
- Meisya, N. (2011) *Strategi Pemasaran Susu Pasteurisasi di Koperasi Produksi Susu (KPS) Bogor, Jawa Barat*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.

- Morris, C. A., & Jerry A. (2003) Internet Marketing of Herbal Product. *American Medical Association*. 290.
- Nasharuddin M., Nanik, S. (2017) The Analysis of 7P Marketing Mix Strategy on Powder Herbal Products and Red Ginger Candy in Batu City Home Industry. *Management and Economics Journal (MEC-J)*.(1): 1.
- Nazir, M. (2011) *Metode Penelitian*, Cetakan 6. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon.
- Porter, M.E. (2008) The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*. 86 (1): 25-40.
- Pramudyaningsih, N.R. (2013). Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pelembab Muka Pond's di Kota Semarang, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nusantara.
- Purwanto, A. (2009) Analisis Kesesuaian Iklan Produk Kosmetik Dengan Kepmenkes RI No. 386/Men.Kes/SK/IV/1994 Pada Lima Media Cetak Yang Beredar di Kota Surakarta Periode Bulan Februari-April 2009. *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rahayu, F. (2012) Analisis Strategi Pemasaran Air Madu Wanajava di Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
- Rahman, A.K. (2017) Gambaran Iklan Pengobatan Alternatif di Televisi dan Website: Studi Deskriptif dan Content Analysis. *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada.
- Ranjbarian, B., Kazemi A., Shokrollahi, S. (2013) Investigating the Impact of Herbal Medicines Marketing Mix and Physicians' Product Involvement on Prescription of these Drugs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 3. No. 11
- Retnaningtyas, I. (2008) Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan Jamu Beras Kencur (Studi Kasus di Perusahaan Jamu Beras Kencur "Kunci Lima" Lamongan). *Skripsi*, Universitas Brawijaya
- Saiman, L. (2014) *Kewirausahaan*, Edisi Kedua. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Sembiring, L.A.. (2009) Strategi Pemasaran Produk Stimuno Pada PT Dexa Medica Jakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

- Setiadi, N. J. (2003) *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. DKI Jakarta: Kencana.
- Simamora, S.C. (2005) Analisis Strategi Promosi Produk Mahkota Dewa di PT. Mahkotadewa Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Stevenson W.J., Hojati, W. (2007) *Operations Management (Vol. 8)*. Boston, MA: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutopo, & Fardiani, A. N. (2012) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery dan Cafe Pandanaran. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Timuriana, T. (2002) Analisis Strategi Promosi Sari Buah Mengkudu Pada PT Krya Pangan Indonesia. *Tesis*, Institut Pertanian Bogor.
- Tjiptono, F. (2008) *Strategi Pemasaran*, Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. (2001) *Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelan Hunger*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widyastanti, R. (2018). Perhitungan Cost Of Goods Manufactured Dengan Menggunakan Activity Based Costing Method (Studi Kasus: Pt.Prakasita Sekar Mataram). *Skripsi*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Winahyu, D. J. (2012) Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Air Minum Axogy (Study Kasus pada Pengguna Air Minum Kota Magelang Jawa Tengah). *Skripsi*, Universitas Diponegoro.
- Zevi, I. (2018) Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk PT. Proderma Sukses Mandiri. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.