

## DAFTAR PUSTAKA

Andriyanto, Koko. 2010. *Analisis Pengaruh Persepsi Produk, Mode, dan Iklan Terhadap Minat Pembelian, Yang Didimensikan Oleh Sikap Terhadap Iklan Dan Merk Pada Minuman Isotonic Mizone*, S1 Manajemen Non Regular Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta

**BRILink.** [https://id.wikipedia.org/wiki/Bank Rakyat Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Rakyat_Indonesia) (diakses pada tanggal 6 Maret 2017).

Fest, Irma Nita (2016). *Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Bmt Hasanah Jabung*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

<http://aderafiansyah.blogspot.co.id/2012/11/contoh-matriks-grand-strategy.html>.

Diakses 15 Juli 2017

<http://best.tanijogonegoro.com/2013/11/bankbri.html>. Diakses tanggal 6 Maret 2017

<http://manajemenstrategibisnis.blogspot.co.id/>. Diakses 12 Juli 2017

<http://pengertian-menurut.blogspot.com/2015/11/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.com>. Diakses 27 Mei 2017

<http://unida.ac.id/bppi/detailpost/analisis-kondisi-eksternal-dan-internal.com>. Diakses 15 Juli 2017

<http://www.seputarpengetahuan.com/2016/01/4-pengertian-strategi-pemasaran-menurut-para-ahli.html>. Diakses 6 Maret 2017

<https://majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian.konsep.definisi.pemasaran/>. Diakses 24 Mei 2017

**Sejarah Bank BRI.** [https://id.wikipedia.org/wiki/Bank Rakyat Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Rakyat_Indonesia) (diakses pada tanggal 6 Maret 2017).

Setiawati, Sri (2016). *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Strategi Pemasaran.** <Http://Www.Seputarpengetahuan.Com/2016/01/4-Pengertian-Strategi-Pemasaran-Menurut-Para-Ahli.Html>. (Diakses 6 Maret 2017)

Sunyoto, Danang. (2013). **Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis**. Yogyakarta : CAPS (Center of American Publishing Service)

Sunyoto, Danang. (2013). **Teori, Kuisisioner Dan Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen**. Yogyakarta : Graha Ilmu