

DAFTAR PUSTAKA

- A.B Susanto dan Himawan Wijanarko, *Power Branding*, Quantum Mizan, Jakarta, 2004.
- Ami Purnamawati. (2015). *Metodologi Penelitian*. Sumedang: Ikopin Press.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. ALFABETA
- Hanel, Alfred. 1989. *Pemikiran-Pemikiran Dasar Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pengembangannya di Negara-Negara Berkembang*. Bandung: Universitas Padjajaran
- Hendar, 2010, *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga
- Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA. *Laporan pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA Tahun Buku 2014*.
- Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA. *Laporan pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA Tahun Buku 2015*.
- Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA. *Laporan pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA Tahun Buku 2016*.
- Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA. *Laporan pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA Tahun Buku 2017*.
- Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA. *Laporan pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas Koperasi Serba Usaha BUDI DAYA Tahun Buku 2018*.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prehalindo

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Indeks, Jakarta, 2004.

Pandji Anoraga. (1995). *Manajemen Koperasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Pustaka Jaya.

Stanton, William J. 1993. *Definisi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI

Undang – Undang Perkoperasian No. 25 Tahun 1992

JURNAL DAN SKRIPSI :

Conny Maharani, Rini Andari, Tomy Andrianto (2014). Pengaruh Brand Positioning Wonderful indonesia terhadap keputusan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke indonesia. *Jurnal manajemen pemasaran FPIPS UPI Vol.IV No.1 2014 – 741*

Leli Purnama Sari (2018). Pengaruh Brand Positioning dan Brand Awareness terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung. *Program studi ilmu administrasi bisnis fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Sumatera Utara Medan*