

DAFTAR PUSTAKA

- Ariffin, R. (2013). *Koperasi sebagai Perusahaan*. Bandung: IKOPIN PRESS.
- Duncan. (2002). *Definisi Pemasaran Langsung*. Jakarta: Erlangga.
- Hanel, A. (2005). *Ciri-ciri Koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasibuan, M. (2011). *Manajemen Bisnis: Dasar Pengertian dan Masalah* . Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jakfar, & Kasmir. (2012). *Manajemen Bisnis: Dasar, Pengertian, dan Tujuan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kartika, H. (2012). *Pendapatan: Pengertian Pendapatan, Konsep dan Sumber* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2006). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Definisi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Philip. (1995). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Edisi bahasa Indonesia* . Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Nurjaendan, P. (1986). *Jenis-Jenis Koperasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Saladin. (2003). *Pengertian Marketing Mix 4P definisi Bauran Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sudjana. (1998). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Peraturan Undang-Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian
Undang- Undang Dasar 1945. Berdasarkan UUD 1945 amandemen

Sumber Internet:

Saladin D, Oesman YM. 2002.*Bauran Promosi (Promotion Mix) Dalam pemasaran*. [Internet]. [diunduh 2020 Mar 20] tersedia pada <http://webbisnis.com/bauran-promosi-promotion-mix-dalam-pemasaran/>
Suroto. 2000. *Pengertian Pendapatan* [internet]. [Diunduh 2020 Maret 21, jam 17.59 Pm tersedia pada <https://www.hestanto.web.id/pengertian-pendapatan/>
Munawir. 2002. *Pengertian volume penjualan, tujuan, factor-faktor yang mempengaruhi penjualan* [internet]. [diunduh 2020 Mar 21, jam 15.15 pm] tersedia pada <https://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/volume-tujuan-dan-faktor-yang.html?m=1>

IKOPIN