

DAFTAR PUSTAKA

- A Kuswantoro. 2014. *Teaching Factory : Rencana dan Nilai Entrepreneurship*. Graha ilmu 1,1.
- Duncan. 2002. Berbagai Jenis Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan dan Pemasaran Produk. www.thidiweb.com. Diakses tanggal 9 Mei 2019.
- Emawati, Reni. 2005. Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Roti “Tiga Berlian” di Semanggi Surakarta.
- Gary, Amstrong. 1996. *Principles of Marketing*. Upper Saddle River Prentice-Hall , 1996.
- Gobiz.co.id. Tips Berbisnis. Diakses tanggal 6 Maret 2019.
<https://desainlogodesign.com/pentingnya-logo-pada-kemasan-produk-dalam-memenangkan-pangsa-pasar>.
- Irayanti. (2019). Roni Slogan “SMK Bisa” dan “Setelah Lulus Bisa Langsung Kerja” dari <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2018/11/09/2018-lulusan-smk-paling-banyak-menganggur>. Diakses tanggal 18 Mei 2019 .
- Kotler, Philip (1999). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1 (edisi ke-6). Jakarta: Erlangga.
- Nurhayati, T., and Darwansyah, A. 2013. Peran Struktur Organisasi dan Sistem Remunerasi dalam Meningkatkan Kinerja. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 14(2): 1-16.
- Sumber : detik.food.com. Roti Dinikmati Orang Indonesia dari Masa Kolonial hingga Era Digital. Diakses tanggal 20 Mei 2014.
- Wursanto. 2005. Dasar-dasar Ilmu Organisasi. Yogyakarta: Andi.