

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Dina. (2020). *6 Strategi Bisnis untuk Mencapai Keuntungan Maksimal – Jurnal Blog*. <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-bisnis-untuk-mencapai-keuntungan-maksimal/>
- Barney, J. B., & William, S. H. (2008). *Strategic Management and Competitive Advantage, 2nd Edition*. USA: Pearson Printice Hall.
- Basu, Swastha. (1993). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Liberty.
- Fransisca. (2018). Porter's 5 Forces Model. In *Binus University* (pp. 1–6).
- Kartajaya, H. (2006). *Marketing klasik Indonesia*. Kerja sama Mizan [dan] MarkPlus & Company.
- Kasmir & Jakfar. (2012). *Study kelayakan bisnis*. (edisi revisi). Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Fatimah. (2016). *Peran Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Intensi Membeli Pakaian Bekas*. Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Oxford College. (2014). TOWS Analysis: A Step by Step Guide – Oxford College of Marketing Blog. In *Online*.
- Readhouse, T. (2015). *Tempat (Place) Dalam Marketing Mix | Tumpi.id*
<https://tumpi.id/tempat-place-dalam-marketing-mix/brilltham>