

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Mimin Nur. 2013. Peran Strategi, Sumber Daya serta Perubahan Teknologi dan Lingkungan terhadap Penciptaan Keunggulan Kompetitif yang Berkesinambungan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 9 No.1.
- Best, R. J. 2009. *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability*. Fifth Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Edition, Prentice Hall.
- Bridoux, Flore. 2005. A Resource-Based Approach to Performance and Competition : An Overview of the Connections between Resources and Competition. *Administration et de Gestion* Vol. 3, Num 2.
- Bryson, John. 2001. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Collis, David J. dan Cynthia A. Montgomery. 2005, *Corporate Strategy: A Resource-Based Approach*, Irwin McGraw-Hill, Boston.
- Cravens, W. David. 2006. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- David, Fred. R. 2010. *Manajemen Strategis, Konsep*, Edisi Kesembilan, Alih Bahasa Alexander Sindoro, Prehallindo, Jakarta.
- Ellitan, Lena. 2002. Praktik-Praktik Pengelolaan Kualitas sumber daya manusia dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 4 No. 2
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen. Edisi 2*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, B. J., dan Hooley, G. J. 2002. Thriving on turbulence. *Journal of Market-Focussed Management*, 2: 231–57.
- Hamel, G dan Prahalad, C, K. 2005. *Kompetisi Masa Depan*. Yakarta : Bina Rupa Aksara.
- Hammond, K. L, Harmon, H. A., Webster, R. L. dan Rayburn, M. 2004. University Strategic Marketing Activities and Business School Performance. *Marketing Intelligence dan Planning*. 22 (7): 732–741.
- Haryadi, B. 2003. *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, Bayumedia Publishing, Jawa Timur.
- Japariato, Edwin; P. Laksmono; dan N.A. Khomariyah. 2007. Analisa Kualitas pelayanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, No. 1, Maret 2007: 34-42.

- Karathanos, D. dan Karathanos, P. 1996. The Baldrige education pilot criteria 1995: an integrated approach to continuous improvement in education. *Journal of Education for Business*, 71: 272–6.
- Khotimah, Siti. 2012. Perumusan Strategi Bagi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Untuk Meraih Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Spread* Vol. 2, No. 1.
- Klein, Jeremy. 2001. A Critique of Competitive Advantage. *Scientific Generics* Vol. 2 No. 5.
- Komariah, Aan. 2010. *Administrasi Pendidikan*. Bandung. Alfabeta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-9, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Maria, Evi dan Kadarusman. 2013. Penerapan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Untuk Penentuan Alternatif Strategi Pada STIE Malangkececwara Malang. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Vol 2 No. 2.
- Marrus, Stephanie K. 2002. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press
- Matear, S., Gray, B. J. dan Garret. T. 2004. Market Orientation, Brand Investment, New Service Development, Market Position, and Performance for Service Organisations. *International Journal of Service Industry Management*, 15(3): 284–301.
- Mathis, dan Jackson, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta : Salemba Empat
- Mulyadi. 2010. *Balanced Scorecard*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta, Bandung.
- Porter, M. E. 2004. *Competitive Strategy : Technigues For Analizing Industries and Competitors*, The Free Press, New York.
- Quinn, Robert E. 2009. *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Reading, Massachusetts: Addison Wesley
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Remiasa, Marcus. 2005. Perencanaan Strategis Pemasaran Untuk Menciptakan *Sustainable Competitive Advantage* (Kasus Pada Program Studi Manajemen Perhotelan UK Petra di Surabaya). *Journal of Economy* Vol 12 No. 3.
- Shawyun, Teay. 2010. Strategic Planning as an Essential for Quality Assurance. *Strategic Planning* Vol. 3, No. 2.

- Soegoto, Agus Supandi. 2011. Orientasi dan Strategi pemasaran dalam Menciptakan Keunggulan Posisional serta Dampaknya terhadap kinerja Perguruan Tinggi. *Trikonomika* Volume 10 No 1. ISSN 1411-514X.
- Stoner, J.A.F., Freeman, R.E., dan Gilbert, D.R. 2001. *Management Edisi ke-13*. New Jersey : Prentice Hall.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV Alfabeta.
- Tambunan, Tulus T.H. 2003. *Perkembangan Sektor Pertanian di Indonesia, Beberapa Isu Penting*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2004. *Manajemen Strategik*. Edisi Pertama. Harvarindo, Jakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wachjuni. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Unwahas Terhadap Minat Menjadi Mahasiswa Pada Universitas Wahid Hasyim Semarang. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* No 029.
- Waiganjo, Esther Wangithi, Elegwa Mukulu dan James Kahiri. 2012. Relationship between Strategic Human Resource Management and Firm Performance of Kenya's Corporate Organizations. *International Journal of Humanities and Social Science* Vol 2 No. 10.
- Wheelen, Thomas L., dan David J. Hunger. 2010 *Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainability. Twelfth Edition*. Pearson.
- Wulandari, Fera Tri dan Setiya Nugroho. 2014. Perencanaan Strategi Fakultas Menggunakan Metode Fuzzy Quantitative Strategic Planning Matrix. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*. ISSN : 1979-911X.

