

REFERENCE

- Armstrong, P. K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Capon, N. R. (2009). *Managing Marketing in the 21st Century – European Edition*. New York: Wessex.Inc.
- Facts and Figures*. (2017). Retrieved Januari Monday, 2018, from kemenperin.go.id: <http://kemenperin.go.id/majalah/11/facts-and-figures-industri-indonesia>
- Global Business Guide*. (2017). Retrieved December Wednesday, 2017, from <http://www.nielsen.com/id/en/insights.html>
- Hanif Sulisty, A. S. (2014). Analisis Kelayakan Investasi Harumi “ Home Spa” Di Kota Bandung. 02.
- Jakfar, K. &. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis* (Vol. 2). Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol* (Vol. 14). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Laboratory, T. E. (2014). *Modul Praktikum Perencanaan Bisnis*. 2017: Universitas Telkom.
- Mulyadi M.Sc, P. (2011). *Akuntansi Biaya* (Vol. 5). Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Sigma Research*. (2017, December Wednesday). Retrieved December Wednesday, 2017, from <http://www.euromonitor.com/indonesia>
- Subagyo, A. (2008). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Taslim, E. (2009). Analisis dan usulan persaingan salon .
- wahyuningtyas, M. n. (2014). Analisis studi kelayakan bisnis salon dan spa House of khadijah (pt. Sharika solusi internasional).
- Pinson, L. 2003. *Anatomy of a Business Plan*. Jakarta: Canary
- Sundjadja, R. S. & Berlian, I., 2003. *Manajemen Keuangan 1*. Jakarta: Literata Lintas Media
- Munawir, 2010. *Analisis Laporan Keuangan*