

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, D. B. dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (F. Sukmawati (ed.); 1st ed.). CV. Pradina Pustaka Grup. file:///C:/Users/user/Downloads/Buku Metodologi Penelitian Kualitatif.pdf
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed., Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group. https://perpustakaan.gunungsitolikota.go.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/YjU0ZDA0M2M0ZjE5ZWZk3NWI0MGJhYmI2YWYyNmM1YTFINWE5Yg==.pdf
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Arisandy, Y. (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 74–88. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i1.1202>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Bahri, R., & Rahmawaty, R. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk (Studi Empiris Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 344–358. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v4i2.12263>
- Baruno, A. D., & Sulistydea, N. A. (2014). Analisis Experiential Marketing, Sales Promotion, Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257. <http://arxiv.org/abs/1011.1669v1><http://dx.doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Beno, J. dkk. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada PT.Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Teluk Bayur). *Jurnal Sainstek Maritim*, 22(02), 117–126.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

- Damanik, D., & Wibowo, F. S. (2018). Implementasi Strategi 4P Dalam Meningkatkan Frekuensi Public Event Di Harris Hotel and Conventions Bekasi (Hhcb). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1248>
- Diana, N., Mandey., S. L., & Jorie, R. J. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Koran Radar Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2367–2377.
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume. *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 79–95.
- Ekonomi, F., & Semarang, U. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76–82.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Faroh, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3–24. Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian Pendahulian
- Harefa, P. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Warung Makan Tip Top Kelurahan Saombo Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 777–784. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.471>
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. In M. M. Dr. Hartini, SE. (Ed.), *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Issue June). CV. Media Sains Indonesia.
- Herliansyah, H., Octarinie, N., & Rasjid, A. (2021). Analisis Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Semen PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk di Kota Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(6). <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb/article/view/4355%0Ahttp://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb/article/download/4355/1763>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Ilmi Syarifuddin, A. D. dkk. (2020). Bauran Pemasaran Dan Sharia Compliance Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 21(1), 1–9.
- Ismiati, I., & Widiyastuti, T. (2022). Analisis Harga dan Saluran Distribusi Guna Meningkatkan Volume Penjualan. *Parsimonia: Jurnal Akuntansi*,

Manajemen Dan Bisnis, 9(1), 20–27.

- Kotler Philip, K. K. L. (2016). Marketing Management. In S. Wall (Ed.), *Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Médicos de España* (15th ed., Vol. 22). Pearson Education, Inc.
- Kualitas, A., Dan, P., Terhadap, P., Dengan, P., Sebagai, K., Intervening, V., & Indonesia, P. T. S. (2023). *Journal Business and Management*. 1(1), 11–23.
- Kurniawan, D. A., & Pratama, M. D. (2021). Analisis Implementasi Bauran Pemasaran dalam Perspektif Islam di Perusahaan Bintang Swalayan Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi*, 10. <http://oipas.sentraki.umpo.ac.id/index.php/ASSET/article/view/3804%0Ahttp://oipas.sentraki.umpo.ac.id/index.php/ASSET/article/viewFile/3804/1835>
- Kurniawan, R. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Motivasi, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Masyarakat Lokal Pada Pusat Perbelanjaan Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 1–14.
- Ledy, D. sefa, Haryono, D., & Situmorang, S. (2019). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus Pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan Di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(1), 1–133.
- Mamonto, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*, 9(2), 110–121.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Martoyo & Mahardika. (2020). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Café (2020). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 465–493. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1539>
- Maulidya, N., Kosim, A. M., Devi, A., Etika, P., & Dan, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx), 1–5.
- Muslima, P. L., Lasaiba, M. A., & Salakory, M. (2022). Strategi Peningkatan Pendapatan Pengolah Madu Lebah Hutan (Apis Dorsata) Desa Kobisonta Kecamatan Seram Utara Timur Seti Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Geografi Dan Pendidikan Geografi*, 1(1).
- Ndun, L. A. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Layanan Internet Indihome. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 03, 78–85.

- Novan, M., Sumampouw, I., & Undap, G. (2018). Implementasi Pembangunan Infrastruktur Desa Dalam Penggunaan Dana Desa Tahun 2017 (Studi) Desa Ongkaw Ii Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Eksekutif*, 1(1), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/view/21950>
- Nurahman, I., & Indrianto, A. P. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Survei Pada Konsumen Oppo Smartphone di Yogyakarta). *YUME : Journal of Management*, 4(2), 162–171. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Nurrahmi, M., Saepudin, R., & Zain, B. (2019). Strategi Pemasaran Madu Hutan di Kota Bengkulu. *Mapetari*, 4(1), 13–20. <https://doi.org/10.35989/mapetari.v4i1.2>
- Nurwanda, A. dkk. (2020). Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksana Inovasi Desa (Pid) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 7(1), 68–75.
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor Jovian. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66.
- Oscar, B., & Jusniar, N. (2020). Pengaruh Sales Promotion terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT. Pos Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(2), 1–8. www.topbrand-award.com
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–12.
- Pratiwi, N. I. (2017). (Data Primer Sekunder) Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 212. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/219/179>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Kebutuhan Pembekian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. [httpse-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SMARTICLEDOWNLOAD27071734](http://se-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SMARTICLEDOWNLOAD27071734)
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rahman, H., & Bangun, M. (2021). Analisis Implementasi Program Jaminan Persalinan Di Pemerintah Daerahkota Tanjungbalai Tahun 2019. *Jurnal Darma Agung*, 29(2), 57. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v29i2.933>
- Riset, J., & Indonesia, M. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada the Effect of the Marketing Mix on the Sales Volume At the Airtiris. 3(2), 206–214.

- Rupilu, S. F., Pattiselanno, A. E., & Papilaya, E. C. (2022). Strategi Pengembangan Madu Hutan Di Desa Hiay Kecamatan Wetar Kabupaten Maluku Barat Daya. *Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 10(1), 17. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v10i1.1336>
- Saidi, M., Wiyono, B. D., & Lailin, U. R. (2021). Implementasi Kebijakan Pengadaan Tanah Menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2012. 4(2), 41–59.
- Sakinah, N. P. (2022). Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Skincare Wardah Dikota Bima. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 38–43.
- Shareen, S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan Pt Enseval Putera Megatrading , Tbk. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 46–59.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Effect of Marketing Mix on Consumer Decisions To Choose Cafes (Case Study on Blen.Co Café Manado Consumers). 379 *Jurnal EMBA*, 8(3), 379–388.
- Stefani Chandra., J. M. (2021). Kurs : Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan dan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 200–213.
- Suci Anggraeini, D. (2015). Implementasi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jom FISIP Volume*, 2(1), 1–14.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (19th ed.). Alfabeta Bandung.
- Sutanto, D., Setiarum, L., & Putranti, A. (2022). *Implementasi Google Drive untuk Mendukung Pelayanan Administrasi dalam Jaringan pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Surakarta*. 3(1), 47–61.
- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Serta Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 7(2), 157–174. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/1230/990>
- Vildayanti, R. A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(2), 248–272.
- Wanto, A. H. (2018). Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(1), 39. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n1.p39-43>
- Widyaningrum, I. D., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2020). Pengaruh Kualitas

Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx), 1–22.

Yanti, R. D. (2020). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan produk kilat khusus mitra korporat kantor pos purwokerto. *Jurnal Ecoment Global; Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5.

Yolanda dan Darmanitya Harseno Wijanarko. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen*, 06(1), 88–100.

Yuliana, Y., & Washliyah, N. Al. (2017). Upaya membangun loyalitas konsumen melalui pendekatan kualitatif pada kualitas produk dan kualitas pelayanan di fakultas ekonomi umn al washliyah medan t.a 2013/2014. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(2).