

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z., Tahir, A., & Arsana, I. K. S. (2021). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT DALAM PELAYANAN PUBLIK (STUDI KASUS: DI GORONTALO UTARA). *Efisiensi : Kajian Ilmu Administrasi*, 18(1). <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v18i1.37275>
- Ariefah Sundari, & Ahmad Ynai Syaikhudin. (2021). Manajemen Ritel. In *Academia Publication* (Vol. 188). Bandung: Edukasi Riset Digital PT.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Ferdinand, A. (2002). Marketing Strategy Making: Proses dan Agenda Penelitian. *Sains Pemasaran Indonesia*, 1(1), 1–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v1i1.1-22>
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep). In *Pemasaran*.
- Holstein, J. A. & J. F. G. (2009). *Fenomenologi, Etnometodologi dan Praktek Interpretif, dalam Handbook of Qualitative Research, ed. Terj Dariyanto dkk.* Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Jargalsaikhan, B. E., Ganbaatar, N., Urtnasan, M., Uranbileg, N., Begzsuren, D., Patil, K. R., ... Yuanita, E. (2019). Kajian Teoritis Strategi Pemasaran Gimmick Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Ritel. *Molecules*, 9(1), 148–162.
- Kirana, C. A. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu “Lemospire Batik” dalam Menarik Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 69–84.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (J. Purba, Ed.). PT IINDEKS.
- Kusumastuti, A., & Ahmad Mustamil Khoiron. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. *Japanese Circulation Journal*, Vol. 57.
- Laksana, F. (2017). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis. In *Graha Ilmu*.
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma*, 3(1), 62–70.
- Luckman, S. dan. (2009). *Handbook of, Qualitative Research*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Lukitaningsih Ambar. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Malhotra, N. K. (2009). Riset Pemasaran, Edisi4, Jilid 1. In *Jakarta: PT Indeks*.
- Mawardi, M. K. (2011). Persaingan Industri Ritel Di Indonesia Dengan Model ”Lima Kekuatan Pesaing M. Porter”. *Iqtishoduna*, (2006). <https://doi.org/10.18860/iq.v0i0.269>
- Moleong, L. J. (2019). Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Muhadjir, N. (1993). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Take Sarasin.
- Ngatno. (2018). Buku Manajemen Pemasaran BARU.pdf. *EF Press Digimedia*, pp. 1–292.
- Patton, M. . (1980). *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills: SAGE Publication.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In

Salemba Empat.

- Purwadisastra, D. (2021). STRATEGI RITEL KONVENSIONAL MODERN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA MASA PANDEMI COVID 19. *Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 187 – 192.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.915>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Setia, A. & B. A. S. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka Setia.
- Soliha, E. (2008). ANALISIS INDUSTRI RITEL DI INDONESIA Oleh: Euis Soliha Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 15(2), 128–142.
- Sudarwati, I. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Retail Di Lottemart Surakarta. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(02).
- Sustiyatik, E., & Setiono, B. A. (2020). Pengaruh Product, Price, Promotion, dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 10(1), 75. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i1.75>
- Utomo, T. J. (2010). 3. *Jurnal persaingan bisnis*. 5(1), 70–80.
- Weitz, L. and. (2018). Pengaruh Retail Mix Terhadap Uk Petra di Circle K Siwalankerto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2).
- Wijayanti, D. F. (2010). Pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada distro Bandung Sport Blitar. ... *Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro*