

DAFTAR PUSTAKA

- Aagja, J. P., Mammen, T., & Saraswat, A. 2011. Validating service convenience scale and profiling customers: A study in the Indian retail context. *Vikalpa*, 36(4).
- Agus Eko Sujianto, 2009. "*Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*", (Jakarta: PT. Prestasi Pustaka)
- Ali, M., Ilyas, M., & Rehman, C. A. 2016. Impact of consumer centric marketing mix elements on consumer buying behavior; an empirical investigation in context of fmcg industry of Pakistan. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(5).
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. (Bandung: ALFABETA)
- Anwar, D. A., Supartinah, A. L., & Handajani, J. 2008. Efek Kumur Ekstrak Teh Hijab (*Camellia sinensis*) terhadap Derajat Kesamaan dan Volume Saliva Penderita Gingivitis. *Journal of Dentistry Indonesia*, 14(1).
- Anzelina, A., Alamsyah, Z., & Malik, A. 2017. Pengaruh Biaya Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Dodol Rosella Pada Agroindustri Xyz. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 20(2).
- Aripin, Zaenal. 2021. "*Marketing Management*". (Bogor: Deepublish).
- Ariesda, T. E. 2019. Pengaruh Terpaan Iklan Frestea di Televisi dan Terpaan Komunikasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea. *Interaksi Online*, 8(1).

- B., Hecker, Joseph, P., Guiltman, 2011. “*Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Erlangga).
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2017). Understanding service convenience. *Journal of marketing*, 66(3).
- Camilleri, M. A. 2018. *Travel marketing, tourism economics and the airline product*. Springer.
- Chang, K. C., Chen, M. C., Hsu, C. L., & Kuo, N. T. (2017). The effect of service convenience on post-purchasing behaviours. *Industrial Management & Data Systems*.
- Christian A.D.S. (2017). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2012. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: BPFPE).
- Dharmayana, I. M. A., & Rahanatha, G. B. (2017). *Pengaruh brand equity, brand trust, brand preference, dan kepuasan konsumen terhadap niat membeli kembali* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Durianto, D. (2011). *Strategi Menaklukan Pasar Cetak II*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).
- Draskovic, N., & Valjak, A. (2012). The 4Cs of the Croatian public healthcare system: social marketing challenges at the dawn of EU accession. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 8(2).

- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1).
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. (Pasuruan: Qiara Media).
- Giyatmi, G., Levyda, L., & Azni, I. N. (2019). Wisata Teh: Sebuah Studi Kasus Di Pantjoran Tea House. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1(2).
- Gupta, K. (2020). Role of 4c's of marketing mix in building trust to achieve brand loyalty in case of fastener's industry: a PLS-SEM approach. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 6(5).
- Haryantini, H., & Sadya, A. (2018). *Sistem Informasi Pemasaran*. (Bandung: ALFABETA)
- Herry, S., & Khaerul, U. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. (Surabaya: Garuda Kita).
- Hutauruk, M. R. (2020). Keterterapan bauran pemasaran 4C pada keputusan konsumen untuk memilih kafe outdoor yang dimoderasi oleh perilaku konsumen dalam situasi pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Inossa*, 2(2).
- Idris, Junainah. "Marketing Mix 4Cs: Impact On Small And Medium Entrepreneurs (SMES) Marketing Performance. *International Journal Of Public Sector Performance Management* 6.5 (2021).
- Imam Ghozali. 2019. "Ekometrika Dengan SPSS 17.0", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Jefkins, F., & Yadin, D. 2011. "Manajemen Periklanan.", (Jakarta: PT. Pusataka Utama).

- Junifar, I. (2021). Pengaruh Bauran Promosi 4C Terhadap Kepuasan Pembelian Online dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Sosio e-Kons*, 13(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*, 14 nd Pearson Education. Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip.. 2017. “*Marketing Management Millenium Edition, A Person Education Company Upper Saddle River River*”, (New Jersey: Tenth Edition Prentice-Hall), In.07458.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing* (16th Global Edition).
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: bagaimana meneliti dan menulis tesis?*. (Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Lahu, E. P., & Sumarauw, J. S. (2017). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Guna Meminimalkan Biaya Persediaan Pada Dunkin Donuts Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran).
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1).
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. “*Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*”, (Jakarta: PT. Bumi Aksara).
- Mulyadi. 2017 “*Akuntansi Manajemen Konsep Manfaat dan Rekayasa*”, (Yogyakarta: STIE), 2017.

- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nanang Martono. 2014. "*Metode Penelitian Kuantitatif. Analisis Isi Data Sekunder*", (Jakarta: Rajawali Pers).
- Nirwana. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. (Malang : Dioma).
- Olsson, A., & Györei, M. (2017). Packaging throughout the value chain in the customer perspective marketing mix. *Packaging Technology and Science: An International Journal*, 15(5).
- Pane, D. N. (2018). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian teh botol sosro (studi kasus konsumen alfamart cabang ayahanda). *Jumant*, 9(1), 13-25.
- Paendong, M. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Patah A.S., & Syahbudin, F. (2017). Konsep Marketing Mix Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1).
- Rachmawati, T. S. (2017). Faktor 4P, 3P, dan 4C Serta Aplikasinya Dalam Kegiatan Pemasaran Perpustakaan (Library Marketing). *Baca: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 28(1), 40-49.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.

- Raman, P. (2019). Understanding female consumers' intention to shop online: The role of trust, convenience and customer service. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Redata, L., Kezia, R., Solaiman, K. H., & Santoso, S. (2021). Analisis Korelasi Pendampingan Komunitas Terhadap Inovasi Pelaku Ekonomi Kreatif Dan Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Studi Kasus Pada Komunitas Tangerang Berdaya Dan Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner. *Business Management Journal*, 17(1), 1-19.
- Rizky, M. T. (2019). *The Effect Of Marketing Mix On Word Of Mouth Communication: Evidence From Indonesia Banking School* (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).
- Rokhmat Subagiyo, S. E. (2017). *Metode penelitian ekonomi islam: konsep dan penerapan*. (Jakarta: Alim's Publishing)
- Rulandari, N., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020, July). Strategi komunikasi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah pada era new normal. In *Prosiding Seminar STIAMI* (Vol. 7, No. 2, pp. 21-28).
- Sanders, M.S. & McCormick, E.J. 2012. "Applied anthropometry, Work-space design and sitting, in: *Human Factors and Engineering in Design*", pp.415-455, (Singapore: McGraw-Hill).
- Schuller, D., Videcka, Z., & Chalupsky, V. (2017). Consumer House Of Quality Matrix For Shopping Decision Making Process. In *International Multidisciplinary Scientific Conference On Social Sciences And Arts SGEM 2017* (pp. 131-138).

- Schiffman, L., & Kanuk, L. 2011. “*Perilaku Konsumen.*”, (Jakarta: T. Index).
- Setiadi, N. J. (2011). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran.* (Jakarta: Prenada Media).
- Sefudin, A. (2017). Redefinisi bauran pemasaran (marketing mix) “4P” ke “4C” (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI). *JABE (Journal of Applied Business and Economics)*, 1(1).
- Sekaran, U., Bougie, R. 2017. “*Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6 Buku 1*”, (Jakarta: Salemba Empat).
- Shaladin, R. A. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Panel Surya Pt. Pjb Pada Pasar Bisnis* (Doctoral dissertation, PPM Manajemen).
- Sihombing, N. S., & Sitorus, S. A. (2021). The Role Of Marketing Mix Strategies In Consumer Convenience Of Rural Banks In North Sumatera. *Jabe (Journal of Applied Business and Economics)*, 7(4), 473-481.
- Situmorang, S., Lutvi, M. 2012. “*Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*”, (Medan: USU Press)
- Soemarliu, J. M. (2019). Usulan perbaikan bauran pemasaran 4C untuk meningkatkan minat beli Pomade Smith di Bandung.
- Sugiyono. 2017. “*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*”. (Bandung : Alfabeta).
- Suliyanto. 2011. “*Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS.*”. (Yogyakarta: Andi Offset).
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif perilaku konsumen dan Marketing plan.* (Bogor: PT Penerbit IPB Press).

- Sumarni, Murti, and John Soeprihanto. 2011. "*Pengantar Bisnis (dasar-dasar ekonomi perusahaan)*." Edisi ke 5. (Bandung: ALFABETA)
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 7-13.
- Suprihatin, W. (2020). Analisis perilaku konsumen wisatawan era pandemi Covid-19 (Studi kasus pariwisata di Nusa Tenggara Barat). *Bestari*, 1(1).
- Sutisna. 2011. "*Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Sutama. 2016. "*Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*", (Surakarta: Fairuz Media).
- Sutopo, S. (2017). Sarana Bauran Pemasaran (4C) Bersamaan Dengan Keputusan Pembelian Produk UKM (Usaha Kecil Menengah). In *National Seminar on Small Medium Enterprises* (pp. 103-103).
- Sutrisno Iwantoro. 2012. *Kiat Sukses Berwirausaha*. (Jakarta : PT Grasindo).
- Timotius, V., & Sukpto, P. (2020, July). Perancangan usulan strategi pemasaran (4p+ 4c) untuk meningkatkan penjualan traktor cv c. In *FORUM EKONOMI* (Vol. 22, No. 2, pp. 296-306).
- Tjiptono, Fandy. 2014. "*Strategi Pemasaran*", Edisi 3, (Yogyakarta: Andi).
- Tuminah, S. (2017). Teh [*camellia sinensis* OK Var. *Assamica* (mast)] sebagai salah satu sumber antioksidan. *Cermin dunia kedokteran*
- V. Wiratna Sujarweni. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press).

- Wang, I. C., Huang, C. Y., Chen, Y. C., & Lin, Y. R. (2010). The influence of customer relationship management process on management performance. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 2(3), 40.
- Wibowo, B. K. (2021). Upaya Pemasar Meningkatkan Penjualan di Era Internet. *Jurnal Mimbar Bumi Bengawan*, 14(29).
- Widyastuti, P. (2020). Analisis Keputusan Pembelian: Fenomena Panic Buying Dan Service Convenience (Studi Pada Grocery Store Di Dki Jakarta).
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1).
- Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (survei konsumen pada jejaring sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1).
- Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 19(1), 35-42.