

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aminah, S dan Roikan. 2019. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Amnafik, Aldan Faikar dan Mudji Rahardjo. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha, Vol. 1, No. 2.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Basu Swasta, Irawan. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Borbasi, S. (2004). *Navigating the Maze of Nursing Research: An Interactive Learning Adventure*. Elsevier: Australia.
- Citra Puspita Sari dkk. (2020). “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Industri Tahu Dadi Jaya Di Boyolali Tahun 2020)”. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 8. No. 2.
- Ferdinand, Agusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Palnning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Jakarta: Deepublish.
- Hapsari Mega Tunjung, “Halal fashion: Strategi Pemasaran Dengan Marketing Mix 9P”, *Journal of Halal Industry Studies*, 2022, Vol. 1, No. 1.
- Ibnu Sina Hi. Jusuf dkk. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Grand Dafam Bela Ternate. *Jurnal Manajemen Sinergi (JMS)*. Vol. 5. No. 2.
- Ilieska, Karolina. (2013). *Customer satisfaction index—as a base for strategic marketing management*. *TEM Journal*, 2(4), 327
- Ishak, A. (2005). Pentingnya kepuasan konsumen dan implementasi strategi pemasarannya. *Jurnal Siasat Bisnis*.

- Kasali, Rhenal. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. 2014. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Dilengkapi Tajwid*. Jakarta: Penerbit Sahifa.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis. Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Terjemahan oleh Hendra Teguh. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta.
- Murdiyanto, Eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta Press.
- Neil Borden, "The Concept of The Marketing Mix", *journal of Advertising Research*, diakses 28 Maret 2023.
- Philip dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Terjemahan Oleh Bob Sabran. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Prasetio, Ari. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Priansa, Doni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rachmawati, Rina. (2011). Peranan Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2)
- Rijali, Ahmad. 2018. "Analisis Data Kualitatif". *Jurnal Alhadharah*. Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin. Vol. 17 No.33.
- Sahrul M, S. (2020). STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Lapangan Pancasila Kota Palopo). (*Doctoral dissertation*, IAIN Palopo).
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah", *Jurnal Menata*, Vol.2, No.2, hal. 60 dalam <https://jurnal.stai-yaptip.ac.id>, diakses 27 Maret 2023.
- Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group*.

MANAJEMEN IKM: *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 19-28.

Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami. (2017). Strategi Promosi Pemasaran. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Bandung: Alfabeta.

Suntoyo, Danang. 2013. Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Syafnidawaty, Analisis, dalam: <https://raharja.ac.id/2020/11/14/analisis/>, diakses 27 Maret 2023.

Ulfah, Fadilla, et al. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795-2805.

Wantara, P. (2015). *International Journal of Economics and Financial Issues the relationships among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Library Services. International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(5), 10–11.