

## DAFTAR PUSTAKA

Aditya Wardana. (2015), Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Ukm Di Indonesia. *Jurnal Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom*.

[https://www.researchgate.net/profile/AdityaWardhana/publication/327069950\\_STRATEGI\\_DIGITAL\\_MARKETING\\_DAN\\_IMPLIKASINYA\\_PADA\\_KEUNGGULAN\\_BERSAING\\_UKM\\_DI\\_INDONESIA/links/5b768dd8299bf14c6daa3920/STRATEGI-DIGITAL-MARKETING-DANIMPLIKASINYA-PADA-KEUNGGULAN-BERSAING-UKM-DI-INDONESIA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/AdityaWardhana/publication/327069950_STRATEGI_DIGITAL_MARKETING_DAN_IMPLIKASINYA_PADA_KEUNGGULAN_BERSAING_UKM_DI_INDONESIA/links/5b768dd8299bf14c6daa3920/STRATEGI-DIGITAL-MARKETING-DANIMPLIKASINYA-PADA-KEUNGGULAN-BERSAING-UKM-DI-INDONESIA.pdf)

Akri, P., Edyson, & Suyono. (2022). The Influence of Service Marketing Mix to Customer Loyalti at Novotel Hotel Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 227–241.

<https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/download/1827/818/>

Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 459–468.

<https://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/47>

Anang Firmansyah dan Didin Fatihudin, (2019). Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan), Yogyakarta, CV Budi Utama.

[https://repository.umsurabaya.ac.id/3361/12/%2814%29Buku\\_Pemasaran\\_Jasa%28fulltexas%29.pdf](https://repository.umsurabaya.ac.id/3361/12/%2814%29Buku_Pemasaran_Jasa%28fulltexas%29.pdf)

Andi Supangat. (2010). Statistika: dalam kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik. Jakarta: Prenada Media Group.

<https://doi.org/10.31219/osf.io/f72cj>

Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2019). Relationship of 7P Marketing Mix and Consumers' Loyalti in Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261. <https://doi.org/10.22146/ae.36400>

- Buchari Alma., (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta. <https://doi.org/10.25105/jmpj>
- Hartono, Jogyanto, (2008). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Yogyakarta: BPFE. <https://www.pdfdrive.com/profdrjogyanto-hartono-mba-ak-teori-portofolio-dan-analisis-investasi-edisi-kesembilan-e79445780.html>
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/download/34783/14324>
- Kotler Dan Keller, (2015), Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta: Erlangga. <https://www.pdfdrive.com/page-1-prinsip-prinsip-pemasaran-i-edisi-ke-duabelas-jilid-1-philip-kotler-northwestern-e51819259.html>
- Kotler, & Amstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga. <https://doi.org/10.31237/osf.io/prx39>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In Pearson. <https://doi.org/10.31237/osf.io/prx39>
- Laksana, Muhammad Fajar (2019), Praktis Memahami Manajemen Pemasaran, Depok: Khalifah Mediatama. <https://www.pdfdrive.com/manajemen-pemasaran-e56009693.html>
- Pratama, I. G. A., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di PT. Sejahtera Indobali Trada Bena). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1 (4)(4), 1388–1397. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1411>
- Silaban, B. E., & Rosdiana, D. (2020). *Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla*. 23(3). <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/download/2541/1392/>
- Suawa, E. E., Lopian, J. S. L. H., Mandagie, Y., & Lopian, J. S. L. H. (2021). Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado. 9(3), 1601–1610.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35972>

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.

[https://www.researchgate.net/profile/HeryPurnomo/publication/377469385\\_METODE\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF\\_KUALITATIF\\_DAN\\_RD/links/65a89006bf5b00662e196dde/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-R-D.pdf](https://www.researchgate.net/profile/HeryPurnomo/publication/377469385_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_RD/links/65a89006bf5b00662e196dde/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-R-D.pdf)

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV <https://www.pdfdrive.com/metode-penelitian-kuantitatif-e57573814.html>

Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta. <https://www.pdfdrive.com/metode-penelitian-kuantitatif-e57573814.html>

Sukandarrumidi dan Haryanto. (2014). Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian, Gadjah Mada University Press: Yogyakarta. [https://www.researchgate.net/profile/HaryantoAtmowardoyo/publication/325397846\\_Dasardasar\\_Penulisan\\_Proposal\\_Penelitian/links/6119e3c21ca20f6f86257689/Dasar-dasar-Penulisan-Proposal-Penelitian.pdf](https://www.researchgate.net/profile/HaryantoAtmowardoyo/publication/325397846_Dasardasar_Penulisan_Proposal_Penelitian/links/6119e3c21ca20f6f86257689/Dasar-dasar-Penulisan-Proposal-Penelitian.pdf)

Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi. [https://scholar.google.com.my/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&ser=fQLNcNUAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation\\_for\\_view=fQLNcNUAAAJ:d\\_BR67V0s4C](https://scholar.google.com.my/citations?view_op=view_citation&hl=en&ser=fQLNcNUAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=fQLNcNUAAAJ:d_BR67V0s4C)

Yudisaputro, H. (2020, September 10). Teori Uji Validitas Dan Reliabilitas. Retrieved. <https://berbagienergi.com/2020/04/22/teori-uji-validitasdan-reliabilitas/>