

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, Maret 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Dipetik Juni 6, 2022, dari databoks: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20\(2018%2D2022\\*\)&text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,te rcatat%20sebanyak%20202%2C6%2](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20(2018%2D2022*)&text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,te rcatat%20sebanyak%20202%2C6%2)
- Arisa, N. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Lampung: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung.
- Ariyanto, A., Wongso, F., Wijoyo, H., Indrawan, I., Musnaini, Akbar, M. F., et al. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok: Insan Cendikia Mandiri.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Astuti, H. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Logam Mulia di PT Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saiguddin Jambi*, 1.
- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Chaedar, F. B. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pebelian Produk DAC Hijab Yogyakarta. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Cumbara, W. A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Keputusan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada pengguna layanan 3 Hutchsion di Kota Semarang).
- Dewi, O. I. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya. *Skripsi Universitas Kristen Perta*.
- Faradisa, I., L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe). *Jurnal Of Management*.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Hidayat, A. (2017). *Pengertian Uji Asumsi Klasik Regresi Linear dengan SPSS*. Dipetik Mei 30, 2022, dari Staititikan:<https://www.statistikian.com/2017/01/uji-asumsi-klasik-regresi-linear-spss.html>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Murdiantono, F. F. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Lokasi terhadap Minat Terus sebagai Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Kost Sekitar Tembalang dalam Empat Wilayah. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Pratiwi, D. O. (2019). Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan mataharimal.com di Kota Bengkulu Prespektif Islam . *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Raharjo, S. (2021, Mei 19). *Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbachs dengan SPSS*. Dipetik Juni 22, 2022, dari SPSS Indonesia: <http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1>
- Raharjo, S. (2021, Mei 19). *Cara Melakukan Uji Validitas Product Moment dengan SPSS*. Dipetik Juni 30, 2022, dari SPSS Indonesia: <http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-moment-spss.html>
- Ramadhani, K. A. (2017). *Pengaruh Implementasi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Prouk Pada PT Sophie Paris Cabang Sengkang Kabupaten Wajo*. Makassar: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Ritonga, H. M., Fikri, M. E., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: CV Manhaji.

- Rivai, V. (2012). *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Rukmana, R. H. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Apotek Citra Sehat di Samarinda. *Skripsi Universitas Mulawarman Samarinda*.
- Ruspiyadi. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Peralite BBM Non Subsidi di SPBU 25 Group Kabupaten Cilacap. *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Cilacap*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunarsasi, & Hartono, N. R. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*.
- Sunyoto, D. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Buku Seru.
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus)* (3 ed.). Jakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada CV Tjahaja Baru Bukit Tinggi. *Journal of Economic, Business and Accounting, 1*.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Total Quality Management, Ed. Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Zebua, A. J. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Shopie. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi Vol.18 No.2, 222*.