

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia Suri, & Novianti Ayu. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 459–468. <http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/47/26>
- Andayani, A. (2019). *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 1(2), 133–144.
- Buchari, Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Denok Sunarsi. (2017). 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. <https://journal.unimal.ac.id/emabis/article/view/473>
- Dharma, A. S. (2018). 274 / *Page*. 11(1), 274–283.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IM SPSS 21 Uphite PES Rege Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2020). Peranan Marketing Mix Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Yamaha Di Surakarta. *Excellent*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.621>
- Ihsan, M. A. Al, Effendi, M., & Handayani, Y. (2020). Pengaruh Marketing Mix Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat. *Warta Dharmawangsa*, 14(3), 459–467. <https://doi.org/10.46576/wdw.v14i3.828>
- Iriani, N., & Kamaluddin. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Sungguminasa. *Jurnal Economix*, 6, 125–136.
- Marketing, P., Terhadap, M., Konsumen, K., & Cake, F. (2021). *Jurnal produktivitas*. 8, 125–129.
- Nurwahyuni, Masdar Mas'ud, S. A. & A. D. (2020). *Journal of Management Science (JMAS)*. *Journal of Management Science (JMAS)*, 1(3), 26–36.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke Dua Belas. Jakarta. Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Armstrong. 2013. *Marketing Managemen*. Pearson Prentice Hall.Inci, New Jersey
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.

Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta. Salemba Empat.

Olson, J. P. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Setio, S., & Kurnia Wahjudono, D. B. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Customer Hotel Amaris Darmo Surabaya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(3), 396–420. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i3.4558>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta Bandung.

Sunyoto. (2015). *Perilaku Konsumen & Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono,dkk. (2012). *Pemasaran Strategik*. ANDI. Jogjakarta

Tjiptono, F. (2015). *Stategi Pemasaran. edisi 4 andi yogyakarta*.

Wiratno, D., Arjuna, J., Jeruk, K., & Barat, J. (2020). Analisis Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen : Pada Keripik Maicih. *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 413–420. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/89>

