

DAFTAR PUSTAKA

- Al Sukri, S. (2020). *BASIC Marketingstrategykonsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek*.
- Dalam, L. B., Oppo, S., Oppo, M., & Oppo, S. (2008). *BAB I*. 1–27.
- Dewi, W. S., Hasiolan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 2(2).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Marketing* (Ed. VII). Salemba Empat.
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1. E). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (XII). Pt Indeks.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, Vol.4.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D’besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>
- Naidah, & Rohani. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Pln (Persero) Rayon Selayar. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 96–105.
- Papageorgiou, G., Marneros, S., & Efstathiades, A. (2020). Social Media as a Digital Communications Strategy; The Case of Hotel Enterprises in Cyprus. *Proceedings of the 2020 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar, ComSDS 2020, April*, 118–121. <https://doi.org/10.1109/ComSDS49898.2020.9101261>
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Redi, A. (2018). *Hukum Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan* (pp. 1–359).

- Sari, O. H., Halim, F., Tanjung, R., Permadi, L. A., Prasetio, A., Hasnidar, H., Dewi, I. K., SN, A., Sudarso, A., Hasyim, H., Lie, D., Nainggolan, N. T., Sisca, S., Agustian Budi Prasetya, J., & Simarmata, A. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour 7 th*. (Edition. (). PT. Indeks.
- Setyawan, I. (2008). *Tinjauan hukum pidana mengenai tindak pidana penipuan*.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Syah, D. O., Lupiyoadi, R., & Tjiptadi, A. P. (2016). Factors affecting the use of e-commerce in creative industries: Empirical evidences from SMES in Jabodetabek-Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(2), 143.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (IV)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Pustaka.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Pustaka.
- Untari, S. N., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Strategi Pemasaran Mobil Merek Daihatsu Pada Dealer Daihatsu Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 11(2), 82. <https://doi.org/10.19184/jpe.v11i2.6451>
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Permadi, L. A., Purba, B., Tjiptadi, D. D., Lie, D., Fajrillah, F., & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.